

Samuli Knuutila

Elbowings-urheiluseuran visuaalisen identiteetin rakentaminen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi (AMK)

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

31.5.2016

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Samuli Knuutila Elbowings-urheiluseuran visuaalisen identiteetin rakentaminen 32 sivua + 3 liitettä 31.5.2016
Tutkinto	Medianomi (AMK)
Koulutusohjelma	Viestintä
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen suunnittelu
Ohjaaja(t)	Lehtori Arja Vuorio
<p>Opinnäytetyössä tehtäväni on suunnitella salibandyseuran tunnus ja luoda perusta seuran visuaaliselle identiteetille. Visuaalisen identiteetin tulee pohjautua seuran olemukseen ja sopia sen tavoitteisiin. Työn tilaaja on Elbowings ry ja se tehdään Elbowings-salibandy-seuralle. Suunnittelutyössä keskityn seuran tunnuksen, mutta tärkeänä osana työtä tutkin myös muita visuaaliseen identiteettiin vaikuttavia tekijöitä.</p> <p>Suunnittelun taustaksi tutkin yhteisökuvan teoriaa ja sen soveltumista urheilujoukkueisiin. Pyrin löytämään urheiluseurojen yhteisökuvaan mahdollisesti liittyviä erityispiirteitä. Tutkimusaineistoksi olen koonnut n. 100 urheiluseuran tunnusta. Etsin tutkimusaineistosta asioita, jotka minun tulisi ottaa huomioon omassa suunnittelutyössä. Tutkin tunnusten välisiä erottavia ja yhdistäviä visuaalisia sekä mielikuvallisia tekijöitä, ja analysoin niiden vaikutusta seurojen visuaalisen identiteetin muodostumiseen. Tutkin myös tunnusten kehittämiseen ja muutokseen liittyviä syitä ja mahdollisia riskejä.</p> <p>Aineistoanalyysiin perustuen toistuvia perusmuotoja ovat ympyrä ja vaakuna, jotka kattavat n. puolet tunnuksista. Puolella tunnuksista ei ole selkeää muotoa. Mittasuhteiltaan tunnukset ovat lähellä toisiaan. Korkeuden suhde leveyteen on enimmäkseen lähes sama. Tunnukset ovat yleisesti selkeitä ja voimakkaita, tummia sävyjä on käytetty paljon. Punainen ja sininen ovat yleisimmät päävärit, keskimäärin tunnuksissa on käytetty 3,7 väriä. Enemmistö tunnuksista sisältää jonkun typografisen elementin. Suurimmassa osassa tunnuksia on myös jokin visuaalinen viittaus seuran urheilulajiin. Noin kolmannes sisältää jonkun maantieteellisen viittauksen. Eri sarjojen tunnusten välillä on kuitenkin suuria eroja. Mielikuvallisista viittauksista voiman tai uhan sekä liikkeen tai nopeuden ilmentäminen on yleistä. Aineiston tunnuksista vähän alle puolet luo näihin ominaisuuksiin liitettäviä mielikuvia.</p> <p>Olen suunnitellut aineistoanalyysiin ja Elbowingsin identiteettiin perustuen seuralle sopivia ja sitä haluttuun suuntaan kehittäviä visuaalisia elementtejä. Ensisijainen tunnus on seuran nimeä ja voimaa ilmentävä punainen merkki, jonka muoto on epämääräinen. En kokenut laji- tai maantieteellistä viittausta tarpeelliseksi. Toissijainen tunnus on logo: seuran nimen tyylielty kirjoitusasu. Esittelen valmiit tunnukset, suunnitteluun vaikuttaneet ratkaisut sekä kaksi konkreettista visuaalisen identiteetin sovellusta – pelipaidat ja kannatushuivit.</p>	
Avainsanat	Urheiluseura, visuaalinen identiteetti, graafinen ilme, graafinen suunnittelu, tunnus, logo, liikemerkki

Author(s) Title Number of Pages Date	Samuli Knuutila Building Visual Identity for Sports Club Case Elbowings 32 pages + 3 appendices 31 May 2016
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Graphic design
Instructor(s)	Arja Vuorio, Senior Lecturer
<p>My goal in this thesis is to create a symbol for a floorball club and the basis for the club's visual identity. The visual identity should be based on the clubs essence and also match its objectives. The design and study was ordered by Elbowings ry and is made for Elbowings Floorball Club. In this thesis, I mainly concentrate on the club symbol but as an important part of the study, I also consider other factors that may affect the visual identity.</p> <p>As a background study, I look into the theory of corporate image and its adaptation to sports clubs. I search for possible corporate image characteristics that can be related especially to sports. As my research material, I have collected approximately 100 sport club symbols. I examine the material to find features to take note in my design. I look for visual and mental characteristics that unite or divide the symbols and analyze their effect on the visual identity of the club. I also study the causes and risks that are involved in changing the symbol.</p> <p>Based on the material analysis, the basic shapes that cover half of the symbols are a circle and the coat of arms. Half of the symbols do not have a distinct shape. The proportions of the symbols are close to each other. Their height is generally close to equal with the width. Most of the symbols are powerful and quite simple. Dark colors are used a lot. Red and blue are the most common primary colors. On average, they consist of 3.7 colors. The majority of the symbols have a typographic element. Most of them also have a visual reference to the club's sport. Approximately a third of the symbols have a geographical association. There are, however, vast differences in these features between different leagues. Expressing power and threat or movement and speed are the most common mental associations. Close to a half of the symbols have features that can be linked to these associations.</p> <p>Taking note of the observations made during the analysis, I have designed visual elements that match the identity of Elbowings Floorball Club and develop it as desired. Primary element is a red symbol that reflects the name of the club and strength. It doesn't have a distinct shape. I didn't find it necessary to include any geographical reference or reference to the club's sport. Secondary symbol is a logotype: stylized name of the club. I present final symbols, decisions behind the solutions and two concrete visual implementations – jerseys and supporter scarves.</p>	
Keywords	Sports club, visual identity, graphic design, logotype, logo

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Yhteisökuvan rakentuminen	2
2.1	Identiteetti	2
2.2	Profiili	2
2.3	Yhteisökuva eli imago	2
2.4	Brändi	3
3	Visuaalinen identiteetti	4
3.1	Logo ja liikemerkki	4
3.2	Värit	6
3.3	Typografia ja graafinen ohjeisto	7
4	Urheiluseurojen tunnusten analysointi	7
4.1	Urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineiston valinta	8
4.2	Urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineisto	9
4.3	Urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineiston analysointi	9
4.3.1	Analyysikooste	9
4.3.2	Visuaalinen analyysi	10
4.3.2.1	Muoto	11
4.3.2.2	Värit	12
4.3.2.3	Typografia	13
4.3.3	Viestinnällinen analyysi	14
4.3.3.1	Lajiviittaus	15
4.3.3.2	Maantieteellinen viittaus	16
4.3.3.3	Mielikuvallinen viittaus	17
4.3.3.4	Viestinnälliset viittaukset kokonaisuutena	19
4.4	Tunnusten uusiminen	19
5	Elbowings-salibandyseuran visuaalinen identiteetti	21
5.1	Seuran identiteetti ja profiili	21
5.2	Seuran visuaalisen identiteetin rakentaminen	23
5.2.1	Tunnukset	23
5.2.2	Värit	25

5.2.3	Pelipaidat	26
5.2.4	Kannatustuotteet	27
6	Yhteenveto	29
	Lähteet	32

Liitteet

Liite 1. Urheiluseuran tunnusten esimerkkiaineisto

Liite 2. Urheiluseuran tunnusten esimerkkiaineiston analyysikooste

Liite 3. Esimerkkejä tunnusten kehityksestä

1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä tehtäväni on suunnitella salibandyseuran tunnus ja luoda perusta seuran visuaaliselle identiteetille. Visuaalisen identiteetin tulee pohjautua seuran olemukseen ja sopia sen tavoitteisiin. Työn tilaaja on Elbowings ry, ja se tehdään Elbowings-salibandyseuralle. Elbowings on vuonna 2014 perustettu urheiluseura, jolla ei ole aiempia visuaalisia elementtejä. Suunnittelutyössä keskityn seuran tunnuksen, mutta tärkeänä osana työtä tutkin myös muita visuaaliseen identiteettiin vaikuttavia tekijöitä ja niiden vaikutusta seurojen imagoon.

Urheiluseurojen visuaalinen identiteetti on erittäin kiinnostava aihe siihen liittyvän kilpailullisen aspektin takia. Tutkin, miten urheiluun voimakkaasti yhdistettävä paikkakuntaehtaisuus ja kilpailuhenkiset mielikuvalliset viestit näkyvät seurojen visuaalisessa identiteetissä käytännössä ja mitkä ovat urheiluseuroille tyypilliset visuaalisen identiteetin rakennuskeinot.

Suunnittelun taustaksi tutkin yhteisökuvan muodostumisen teoriaa ja tekijöitä sekä mietin, miten teoria soveltuu urheilujoukkueisiin. Pysin löytämään urheiluseuroihin mahdollisesti liittyviä erityispiirteitä, jotka tulisi ottaa huomioon yhteisökuvaa rakennettaessa. Tutkimusaineistoksi olen koonnut n. 100 urheiluseuran tunnusta. Olen pyrkinyt valitsemaan mielestäni sopivimman vertailuaineiston siten, että aineistoon sisältyy tunnuksia eri puolilta maailmaa ja eri lajeista. Yritän löytää tutkimusaineistosta asioita, joita minun tulisi ottaa huomioon omassa suunnittelutyössäni. Analyysi perustuu tunnusten visuaaliseen tarkasteluun. Etsin tunnusten välisiä erottavia ja yhdistäviä visuaalisia ja mielikuvallisia tekijöitä, joihin perustuen pyrin suunnittelemaan Elbowings-seuran identiteettiin sopivia ja sitä haluttuun suuntaan kehittäviä visuaalisia elementtejä.

Yhteisökuvan teoriaa ja tekijöitä on käsitelty luvussa 2. Visuaalisen identiteetin tekijöihin perehdytään luvussa 3. Luvussa 4 käsittelen suunnittelutyön taustaksi keräämääni tutkimusaineistoa. Luvussa 5 esittelen Elbowings-seuralle suunnittelemani visuaaliset elementit, suunnitteluun vaikuttaneet ratkaisut sekä kaksi seuralle suunnittelemaani visuaalisen identiteetin sovellusta – pelipaidat ja kannatushuivit. Luvussa 6 kokoan yhteen työhön liittyviä havaintoja. Tutkimusaineisto ja analyysikooste ovat työn liitteenä.

2 Yhteisökuvan rakentuminen

Suunnittelutyön taustaksi tutkin millaisista tekijöistä mielikuvamme jostakin yhteisöstä muodostuvat. Tässä luvussa käsittelen yhteisökuvan rakentumista sekä siihen liittyvää terminologiaa.

2.1 Identiteetti

Identiteetillä tarkoitetaan organisaation omakuvaa – perusolemusta, joka toimii ulkoisen kuvan muodostumisen perustana. Identiteetti on aina olemassa, ja se kehittyy ajan kuluessa kaikista organisaatioon liittyvistä ominaisuuksista ja tekijöistä, kuten arvoista, toiminnasta, vahvuuksista, eritysominaisuuksista ja ihmisistä. (Alaja 2000, 33.) Elbowings-seuran visuaalisten elementtien tulee pohjautua seuran perusolemukseen. Perehdyn Elbowings-seuran identiteettiin tarkemmin luvussa 5.1.

2.2 Profiili

Organisaation ulkoista tavoitekuvaa kutsutaan profiiliksi. Tavoitekuvan on tarkoitus erottaa organisaatio kilpailijoista ja luoda haluttua mielikuvaa, mutta on tärkeää, että se muodostuu aidon identiteetin pohjalta. Se henkii organisaation menneisyyttä, kulttuuria ja tapaa toimia. Profilointi on aikaa vievä jatkuva prosessi, johon vaikuttavat kaikki organisaation käytännön teot: mitä organisaatio tekee, mitä organisaatio sanoo ja miltä organisaatio näyttää. (Alaja 2000, 34.) Elbowings-seuran ulkoista tavoitekuvaa käsitellään tarkemmin luvussa 5.1.

2.3 Yhteisökuva eli imago

Yhteisökuvasta käytetään myös nimitystä imago (Siukosaari 2002, 38). Yhteisökuvalla tarkoitetaan mielikuvaa, joka vastaanottajalla on organisaatiosta. Se muodostuu organisaation tavoitteellisten pyrkimysten lisäksi vastaanottajan omista arvoista, tiedoista, ennakkoluuloista, mielipiteistä ja havainnoista. Yhteisön kannalta on sitä parempi, mitä yhdenmukaisempi yhteisökuva on identiteettiin ja tavoitekuvaan nähden. Ristiriidassa olevat sanat ja teot saavat aikaan epämääräisen imagon. Jos tavoitekuvalla ei ole todellisuusperää, voi imago romahtaa kun totuus paljastuu. Pienikin virheväittäjä voi aiheuttaa imagotappion. (Alaja 2000, 35.) Hyvä imago auttaa

sisäisiä ja ulkoisia sidosryhmiä tekemään yhteisömme kannalta haluttuja päätöksiä: esimerkiksi saa sijoittajat ostamaan lisää osakkeita, motivoi henkilöstöä työssään ja pitää heidät yhteisössä, luo toiminnalle suotuisan työskentelyilmapiirin ja saattaa lopulta ratkaista asiakkaan ostopäätöksen (Siukosaari 2002, 38–39).

Imago on urheilumarkkinoinnin perusta. Ammattilaisurheilu ja -urheilijat saavat merkittävästi näkyvyyttä eri medioissa ja aiheuttavat siten paljon keskustelua ja mielipiteitä. Tällä julkisuuden laajuudella on suuri merkitys imagon muodostumiseen. Urheilulajiin liittyvät negatiiviset ilmiöt kuten dopingkäry, katsomohuliganismi tai vedonlyöntiskandaali vaikuttavat urheiluimagoon negatiivisesti kun taas kansainvälinen menestys positiivisesti. Usein organisaation mielikuva juontuu sen johtajan tai yksittäisen huippu-urheilijan imagosta. Hyvä imago on voimavara, jonka hyödyntäminen näkyy markkinoinnin onnistumisina pidemmän ajan kuluessa. Paras lopputulos syntyy yleensä mm. persoonallisen ja aidon toiminnan kautta. (Alaja 2000, 36–37.)

Urheilu on tuotteena erityislaatuinen. Urheilu on kuluttajalle subjektiivinen elämyksellinen kokemus, joka vetoaa kuluttajan tunteisiin. Yleisö on urheilun kuluttaja, mutta samalla myös osa tapahtumaa. Urheilutuote ei koskaan toteudu samanlaisena. Urheiluun liittyy lukematon määrä muuttujia, esimerkiksi loukkaantumiset, yleisön reaktiot, pelaajien vire tai tuomaritoiminta. Juuri yllätyksellisyydessä piilee urheilun suola: mitä tahansa voi tapahtua. Urheiluun liittyvä sosiaalinen kanssakäyminen on myös merkityksellistä. Kuluttajan urheilukokemus on usein riippuvainen yhteisistä fiiliksistä. (Alaja 2000, 28–29.)

Elbowings-seuran toimintaan ei liity ammattilaisurheilun kaltaista medianäkyvyyttä eikä myöskään siihen liittyviä julkisuusimagollisia haasteita tai hyötyjä. Imagon muodostumiseen liittyvät lainalaisuudet ovat kuitenkin osa seuran visuaalisen identiteetin rakentumista pienemmässä mittakaavassa. Elbowings-seuran näkyvyyttä ja visuaalisen identiteetin rakentumista käsitellään tarkemmin luvussa 5.2.

2.4 Brändi

Brändillä tarkoitetaan tuotetta tai yritystä, johon sisältyy kuluttajan silmissä lisäarvoa. Brändin erityislaatuisuus ja lisäarvo saattaa johtaa kuluttajan ostopäätökseen ja aiheuttaa parhaimmassa tapauksessa pitkäaikaista tuoteuskollisuutta. (Loiri & Juholin

1998, 130–131.) Suomen mediaoppaan (2016) mukaan brändi tarkoittaa tavaramerkin ympärille muodostunutta positiivista mainetta, jonka arvo muodostuu nimen tai logon tunnettuudesta, kuluttajien merkkiuskollisuudesta sekä brändiin liittyvästä laadun tunteesta ja mielikuvasta.

Vahva brändi saattaa muodostaa voimakkaan tunnesiteen, joka luo odotuksia tuotteen laadusta. Brändi voi toimia myös viestinä meistä ja saattaa vahvistaa käyttäjänsä minäkuvaa. Esimerkkejä suomalaisista vakiintuneista urheiluseurabrändeistä ovat jääkiekossa HIFK, Jokerit, Ilves, Tappara ja TPS ja jalkapallossa HJK ja Valkeakosken Haka. (Alaja 2000, 77.) Maailman arvokkaimpia urheilubrändejä esitellään luvussa 4.1. Brändin kehittäminen on eri asia kuin mainonta, vaikka niitä usein käytetäänkin samassa merkityksessä. Mainostaminen on ainoastaan brändin luomisprosessiin liittyvä osa. Voidaan ajatella, että brändiin kiteytyy yrityksen ydinajatus ja mainonta on ainoastaan keino ilmaista se. (Klein 2000, 25.)

3 Visuaalinen identiteetti

Menestyäkseen yrityksen tai yhteisön tulee erottua kilpailijoistaan. Omaleimainen ja tunnistettava visuaalinen ilme sekä viestintä ovat siinä keskeisessä osassa. Visuaalinen identiteetti muodostaa yrityksen tai tuotteen näkyvimmän osan. Sen keskeisiä elementtejä ovat tunnuksat, värit ja typografia. Visuaalinen identiteetti perustuu siihen, millainen yritys tai yhteisö on, ja sen tulisi viestiä yrityksen tai yhteisön tärkeinä pitämiä arvoja. Identiteetin luominen on pitkäjänteistä ja suunnitelmallista yritysstrategiaan perustuvaa mielikuvallista vaikuttamista. Koska visuaalisen identiteetin rakentaminen on kallista ja tutuksi tuleminen hidasta, tulisi visuaalinen identiteetti aina luoda aikaa kestäväksi. (Loiri & Juholin 1998, 129.)

3.1 Logo ja liikemerkki

Logo ja liikemerkki ovat merkittävimmät yhteisöön liitettävät tunnisteen, jotka käsitteinä usein sekoitetaan keskenään. Sanaa logo käytetäänkin usein virheellisesti kuvaamaan liikemerkkiä. (Siukosaari 2002, 58.) Logo on yhteisön nimen vakiintunut graafinen kirjoitustapa. Liikemerkillä tarkoitetaan visuaalista merkkiä tai tunnusta, joka symboloi yhteisöä. Logoja ja liikemerkkiä voidaan käyttää yhdessä tai yksittäin. Osa yhteisöistä

käyttää tunnistimenaan pelkkää logoa tai pelkkää kuvallista merkkiä. (Loiri & Juholin 1998, 130–131.)

Merkin tulisi liittyä jotenkin yhteisöön, esimerkiksi yhteisön toimintatapaan, tuotteisiin tai sijaintiin. Hyvään merkkiin liittyviä ominaisuuksia ovat yksinkertaisuus, omaperäisyys ja mieleenpainuvuus. Hyvän merkin tulee myös olla aikaa kestävä, koska merkittävin hyöty sen tunnettuudesta saadaan vasta vuosien tai jopa vuosikymmenien jälkeen. Usein hyvä merkki perustuu johonkin oivallukseen. Merkkiä suunniteltaessa on myös tärkeä ottaa huomioon eri käyttötapojen asettamat vaatimukset, kuten merkin toimivuus mustavalkoisena, sähköisesti, erikokoisena tai kansainvälisesti. (Siukosaari 2002, 58–59.)

Tunnusten suunnittelussa ja valinnassa on tavoiteltu hyvin erilaisia vaikutuksia. Tunnuksen ja yhteisön välinen yhteys voi myös olla hyvin moninainen. On tunnuksia, jotka eivät symboloi mitään tai joiden yhteys on vaikeaselkoinen. On kuvallisia tunnuksia, jotka symboloivat jotain muuta kuin yrityksensä tai yhteisönsä varsinaista tuotetta tai asiaa. On vapaita assosiaatioita ja tunnelmia herättäviä tunnuksia. Tunnus voi perustua logoon tai logon ja kuvion yhdistelmään, jossa on jokin yhteisön toimintaan liittyvä elementti. Tunnuksella voi olla ikoninen tai vertauskuvallinen yhteys tuotteeseen. Abstraktin tunnuksen yhteys voi syntyä esimerkiksi värin tai muodon kautta. Heraldisilla eli vaakunataiteesta omaksutuilla tunnuksilla voidaan luoda yhteyksiä valtioihin tai kansoihin. Tunnukset voidaan luokitella niiden tulkintaan perustuvaan tehtävän mukaan seuraavasti: Ikoni esittää selkeästi ja tunnistettavasti jotakin asiaa, indeksi on merkki, joka jäljittelee, matkii tai näyttää jonkin tapahtuman seurauksen, ja symboli on merkki tai vertauskuva, joka tulkitaan yhteneväisesti jollakin tavalla. (Loiri & Juholin 1998, 131–133.)

Merkin avulla yritys tai yhteisö voi tuottaa aistimuksia ja viestiä keskeisistä ominaisuuksistaan ja vahvuuksistaan, kuten esimerkiksi laadusta tai turvallisuudesta. Voimaa ja kestävyyttä korostavan yrityksen tai yhteisön merkki on yleensä hyvin erilainen kuin kauneutta ja herkkyyttä korostavan. (Loiri & Juholin 1998, 134.)

Tunnuksista saadaan täysi hyöty vasta siinä vaiheessa, kun ne nähnyt henkilö yhdistää ne heti yhteisöön. Jos hänellä tällöin on oikea ja myönteinen kuva yhteisöstä, saattaa hän tehdä yhteisön kannalta hyödyllisiä valintoja. (Siukosaari 2002, 58.) Elbowings-seuralle suunnittelemani tunnukset on esitelty luvussa 5.2.1.

3.2 Värit

Väri on valon ominaisuus, joka muodostuu, kun valo heijastuu esineestä takaisin. Esimerkiksi keltaisena näkemämme esine heijastaa keltaista valoa. Valkoinen väri muodostuu, kun esine heijastaa kaikkia värejä, musta taas ei heijasta värejä ollenkaan. (Loiri & Juholin 1998, 108–109.)

Päävärit ovat punainen, sininen, vihreä ja keltainen. Osa väreistä koetaan perinteisesti kylmiksi ja osa lämpimiksi, mutta niiden jako ei ole yksiselitteinen ja riippuu katsojasta sekä tilanteesta. Värit vaikuttavat myös toisiinsa. Vastakkaiset värit korostavat värejä ja ärsyttävät silmää. Vihreä ja punainen ovat toistensa vastavärejä, kuten myös keltainen ja sininen. Eniten käytetty väri vaikuttaa siihen, millaisena koemme toissijaiset värit. Esimerkiksi haaleat värit koetaan usein tummempina voimakkaan värin yhteydessä. (Loiri & Juholin 1998, 110–113.)

Väri viestii aina jotakin, oli se sitten tarkoituksellista tai ei. Väreihin liittyy paljon symboliikkaa, jonka avulla voidaan luoda mielikuvia ja tuntemuksia. Tiedyt asiat koetaan yleensä tietynvärisinä. Värinen merkitys ei ole yksiselitteinen, sillä niihin liittyy eri kulttuureissa eri merkityksiä. (Loiri & Juholin 1998, 111–112.) Käytössämme oleva värivalikoima on hyvin rajallinen, mutta väriyhdistelmillä on mahdollisuus erottautua. Väri saattaa joko tukea toiminta-ajatusta tai poiketa totutusta, mutta pääasia värin valinnassa on se, että se jää mieleen. Tärkeää on myös se, että valittua väriä käytetään suunnitellusti ja johdonmukaisesti. (Siukosaari 2002, 60.)

Punaiseen väriin liittyy monia voimakkaita assosiaatioita. Se on eräänlainen huomioväri, joka voidaan kokea varoituksena. Punainen on vallankumouksellinen väri, joka voi merkitä esimerkiksi sotaa, intohimoa ja tulta. Punainen väri vaikuttaa myös piristävästi. Siniseen väriin liitetään esimerkiksi taivas ja vesi. Se ilmentää keveyttä ja etäisyyttä. Vihreään väriin liittyviä mielle yhtymiä ovat esimerkiksi luonto, rauha ja uuden syntyminen. Sillä on myös linkityksiä lakiin ja politiikkaan, esimerkiksi Vihreään liittoon ja Greenpeaceen. Keltainen viestii esimerkiksi lämpöä ja läheisyyttä. Keltainen väri on yksinään pieninä pintoina aika laimea väri, mutta tehokas laajoina pintoina ja yhdessä voimakkaampien värien kanssa. Keltaisen lehdistön yhteydessä värillä on negatiivinen mielle yhtymä, mutta esimerkiksi Keski-Euroopassa väriin liitetään positiivisia piirteitä, kuten älykkyys ja hienostuneisuus. Musta väri viestii yhtä lailla surua kuin juhlaa. Siihen liittyviä mielle yhtymiä ovat esimerkiksi tyylikkyys ja arvokkuus.

Musta väri on helppo yhdistää kaikkiin muihin värisävyihin riippumatta siitä, ovatko ne tummia, vaaleita, kirkkaita tai sameita. Valkoiseen väriin liitetään mm. puhtaus ja neitseellisyys. Valkoisuus on myös esimerkiksi paperiin liitettävä ominaisuus. (Loiri & Juholin 1998, 111–112.)

3.3 Typografia ja graafinen ohjeisto

Typografialla tarkoitetaan tekstisisällön graafista ulkoasua. Tärkein typografinen asia on käytettävien kirjaintyyppien valinta. Hyvä typografia saa lukijan kiinnostumaan ja jäsentää tekstiä tehden lukemisesta miellyttävää ja helppoa. Tekstityypin valinta vaikuttaa merkittävästi tekstin herättämiin mielikuviin. (Loiri & Juholin 1998, 32–34.)

Visuaalisen identiteettiin kuuluvien elementtien käytöstä luodaan säännöt, jota kutsutaan graafiseksi ohjeistoksi. Tyypillisesti graafisessa ohjeistossa esitellään mm. yhteisön tai yrityksen liikemerkit, tunnukset tai logot, värit ja typografia sekä annetaan ohjeet niiden käytöstä. Ohjeisto sisältää yleensä myös mallit lomakkeista, käyntikorteista, kirjekuoret ja muista merkittävistä visuaaliseen identiteettiin kuuluvista sovelluksista. Ohjeiston laajuus ja yksityiskohtaisuus riippuu pitkälti organisaation koosta, toimialasta ja tarpeesta profiloitua. (Loiri & Juholin 1998, 138–139.)

Tässä työssä ei perehdytä typografiaan eikä graafiseen ohjeistoon tämän syvällisemmin, koska Elbowings-seuran visuaalisen identiteetin rakentamiseen ei tämän työn yhteydessä kuulu graafisen ohjeiston tekeminen eikä laajempaa typografista sisältöä sisältäviä elementtejä.

4 Urheiluseurojen tunnusten analysointi

Osana lopputyötä suunnittelin suomalaisen Elbowings-salibandyseuran tunnuksen. Suunnittelutyön pohjamateriaaliksi olen kerännyt ja analysoinut 95 urheiluseuran tämänhetkistä ensisijaista tunnusta sisältävän esimerkkiaineiston. Tässä luvussa esitellään aineiston valintaperusteet sekä aineistoanalyysiin perustuvat havainnot.

4.1 Urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineiston valinta

Koska salibandy on joukkue-urheilulaji, olen koostanut esimerkkiaineiston nimenomaan joukkuelajien seuratunnuksista. Salibandy on lajina kuitenkin melko nuori ja sitä harrastetaan maantieteellisesti pienellä alueella, mistä johtuen olen koostanut tunnusaineiston muiden perinteikkäämpien, suositumpien ja maailmanlaajuisempien lajien seuratunnuksista. Tunnusaineistoon valittujen lajien ja seurojen perustana olen käyttänyt lajien suosittuutta Suomessa ja maailmanlaajuisesti sekä seurabrändien arvoa. Esimerkkiaineisto koostuu jalkapallo-, koripallo- ja jääkiekkoseurojen seuratunnuksista. Jääkiekkoseurojen valintaa esimerkkiaineistoon puolsi myös se, että laji on mailapeli kuten salibandy.

Jalkapallo on Rowaisin (2015) mukaan ylivoimaisesti maailman seuratuin laji: Jalkapalloa seuraa maailmanlaajuisesti arviolta 3–3,5 mrd. fania, kun taas koripallo on maailman 9. seuratuin urheilulaji ja sitä seuraa n. 400 milj. fania. Suomen kiinnostavin urheilulaji on Sponsor Navigator 2015 -tutkimuksen mukaan jääkiekko. Vuotuisen tutkimuksen mukaan jääkiekko on ollut Suomen kiinnostavin urheilulaji joka vuosi vuodesta 2010 lähtien.

Viidenkymmenen arvokkaimman urheiluseurabrändin joukossa vuonna 2015 oli Badenhausenin (2015) tilastojen mukaan 20 amerikkalaisen jalkapallon seuraa, 12 baseball-seuraa, 10 koripalloseuraa, 7 jalkapalloseuraa ja 1 jääkiekkoseura. Huomionarvoista on, että seuroista 43 oli yhdysvaltalaisia seurabrändejä. Amerikkalainen jalkapallo ja baseball ovat voimakkaan kansallisia lajeja, minkä takia en ole valinnut niitä esimerkkiaineistoon. Aineistoon valitut liigat ovat:

- National Hockey League (NHL), jääkiekko, Yhdysvallat ja Kanada (30 seuraa)
- National Basketball Association (NBA), koripallo, Yhdysvallat ja Kanada (30 seuraa)
- Premier League / Valioliiga, Iso-Britannia, jalkapallo (20 seuraa)
- SM-liiga, jääkiekko, Suomi (15 seuraa).

Badenhausenin (2015) tilaston mukaan 10 arvokkaimman seurabrändin joukossa oli 3 jalkapalloseuraa ja 2 koripalloseuraa. Arvokain jääkiekkoseurabrändi oli vasta sijalla 37. Alla poimintoja tilastosta:

- 1. sijalla Real Madrid CF (jalkapallo), brändin arvioitu arvo 3,26 mrd. USD
- 4. sijalla FC Barcelona (jalkapallo), brändin arvioitu arvo 3,16 mrd. USD

- 5. sijalla Manchester United FC (jalkapallo), brändin arvioitu arvo 3,1 mrd. USD
- 6. sijalla Los Angeles Lakers (koripallo), brändin arvioitu arvo 2,6 mrd. USD
- 8. sijalla New York Knicks (koripallo), brändin arvioitu arvo 2,5 mrd. USD
- 37. sijalla Toronto Maple Leafs (jääkiekko), brändin arvioitu arvo 1,3 mrd. USD.

4.2 Urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineisto

Urheiluseurojen esimerkkiaineisto koostuu 95 urheiluseuran tämänhetkisestä ensisijaisesta tunnuksesta. Tunnuksen yhteydessä on mainittu seuran nimi, kaupunki, maa, laji, liiga sekä tunnuksen tekovuosi jos tiedossa. Aineisto on esitelty liitteessä 1.

4.3 Urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineiston analysointi

Analysoimalla urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineistoa olen pyrkinyt selvittämään tunnusten yleisiä ominaisuuksia ja pohtinut valittujen ratkaisujen syitä ja tavoitteita. Tutkin tunnusten muotokieltä, värivalintoja ja typografisia ratkaisuja. Pyrin etsimään tunnuksista toistuvia symbolisia yhteyksiä ja mielikuvallisia pyrkimyksiä. Mietin, millaisia mielikuvia tunnuksilla pyritään luomaan ja miten urheiluun yleisesti liitettävät ominaisuudet heijastuvat tunnuksista. Tutkin, onko tunnuksien välillä sisällöllisiä tai visuaalisia yhtäläisyyksiä. Pohdin, liittyvätkö mahdolliset yhtäläisyydet lajiin tai maantieteelliseen sijaintiin, vai onko jopa löydettävissä jotain laji- ja maantieteelliset rajat ylittäviä yhtäläisyyksiä. Pyrin myös selvittämään, miten perinteisten seurojen historia ja perinteikkyys näkyvät tunnuksissa. Aineistoanalyysi perustuu visuaaliseen arviointiin.

4.3.1 Analyysikooste

Tunnusaineistokokonaisuuden ominaisuuksien hahmottamisen ja tilastoitavuuden parantamiseksi laadin tunnusten ominaisuuksista koosteen. Koosteessa on analysoitu tunnusaineisto yhdeksän ominaisuuden mukaan, jotka on jaettu kahteen eri osaan. Ensimmäisessä osassa pääpaino on visuaalisissa ominaisuuksissa, toisessa viestinnällisissä. Olen määritellyt analysointikategoriat vastaamaan parhaiten Elbowings-seuran tunnuksen suunnitteluun liittyviin kysymyksiin, jotka liittyvät tunnuksen muotokieleen, värillisyyteen, sisältöön ja mahdollisiin mielikuviin.

Visuaalisia analysointikategorioita ovat ”Muoto”, ”Pääväri”, ”Värien lukumäärä” ja ”Tekstiä / kirjaimia”. Muoto-kategoria on jaettu kolmeen alaluokkaan. Aineiston perusteella tunnuksilla on kaksi perusmuotoa (pyöreä ja vaakuna). Jos tunnus ei pohjaudu kumpaankaan näistä muodoista, on sen muotoluokitus ”Ei selkeää”. Pääväri-kategoria kertoo tunnuksen hallitsevimman värin. Jos tunnuksella ei ole selkeää pääväriä, on sen pääväriluokitus ”Ei”. Värien lukumäärä -kategoriaan on laskettu tunnuksen sisältämien värien määrä. Mahdollisia liukuja tai sävytyksiä ei ole otettu huomioon. Tekstiä tai kirjaimia -kategoriassa kerrotaan, sisältääkö tunnus selkeitä typografisia elementtejä vai ei.

Mielikuvallisia analysointikategorioita ovat ”Lajiviittaus”, ”Maantieteellinen viittaus”, ”Ilmentää” ja ”Viittaus tai ilmentäminen”. Lajiviittaus-kategoriassa kerrotaan, sisältääkö tunnus selkeän visuaalisen linkin seuran urheilulajiin vai ei. Maantieteellinen viittaus -kategoriassa on ilmaistu, onko tunnuksesta löydettävissä visuaalinen viittaus seuran maantieteelliseen sijaintiin tai kansalliseen identiteettiin. Ilmentää-kategoria on jaettu kolmeen alaluokkaan. Aineiston perusteella tunnuksista oli löydettävissä kaksi toistuvaa mielikuvallista viitettä: uhka ja liike. Uhalla tarkoitetaan mielikuvallisia viitteitä, joiden voidaan katsoa ilmaisevan uhkaa, voimaa, pelotetta tai aggressiivisuutta. Liikkeellä tarkoitetaan mielikuvallisia viitteitä, joiden voidaan katsoa ilmaisevan liikkumista tai nopeutta. Jos tunnus ei ilmennä kumpaakaan näistä mielikuvista, on sen luokitus ”Ei kumpaakaan”. Viittaus tai ilmentäminen -kategoria ilmaisee, sisältyykö tunnukseen jokin mielikuvallinen viite. Jos tunnuksessa on lajiviittaus, maantieteellinen viittaus tai jos sen voidaan kokea ilmentävän uhkaa tai liikettä, on tunnuksen viittaus tai ilmentäminen -luokitus ”Kyllä”. Jos taas tunnuksesta ei ole löydettävissä mitään edellä mainituista viittauksista, on sen luokitus ”Ei”.

Koosteessa on myös esitetty, miltä vuodelta tunnuksen käsitelty versio on, jos se on ollut tiedossa. Kooste on esitelty liitteessä 2.

4.3.2 Visuaalinen analyysi

Tässä luvussa esittelen tunnusaineiston visuaalisiin analysointikategorioihin perustuvan yhteenvedon ja tehdyt havainnot. Olen jakanut visuaaliset ominaisuudet seuraaviin alakohtiin: muoto, värit ja typografia.

4.3.2.1 Muoto

Aineiston perusteella on löydettävissä kaksi perusmuotoa, jotka toistuvat tunnusten muotokielessä: pyöreä ja vaakuna. Aineiston tunnuksista 27 % perustuu pyöreään muotoon ja 23 % vaakunan muotoon. Tunnuksista 50 %:lla ei ole selkeää muotoa. Pyöreä muoto on yleisin NBA-liigan tunnuksissa (33 %), mutta ero muihin sarjoihin ei ole kovin suuri (Valioliiga 30 %, SM-liiga 27 %, NHL 20 %). Aineiston pohjalta voidaan todeta, että pyöreä on urheiluseuroille hyvin tyypillinen lajista ja maantieteellisestä sijainnista riippumaton muoto. NBA-seurojen tunnuksiin sisältyy varsin usein jonkinlainen visuaalinen koripalloa ilmentävä elementti, mikä osaltaan varmasti selittää pyöreään muotoon perustuvien tunnusten suurta osuutta. Vaakunan muotoon pohjautuvia tunnuksia on erityisesti Ison-Britannian valioliigaseuroilla (60 %). Tämä selittyy pitkälti sillä, että moni valioliigaseuratunnus pohjautuu seuran kaupungin vaakunaan. Myös suomalaisen SM-liigan tunnuksista kohtuullinen osuus pohjautuu vaakunan muotoon (33 %).



Toronto Raptors
Kanada
koripallo, NBA (2015)



AFC Bournemouth
Bournemouth, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2013)



Washington Capitals
USA
jääkiekko, NHL (2007)

Kuva 1. Esimerkkejä tunnusten muodoista: Toronto Raptors (Creamer 2016), AFC Bournemouth (Brands of the World 2016) ja Washington Capitals (Creamer 2016).

Tunnusten mittasuhteet ovat yleisesti ottaen hyvin lähellä toisiaan. Erittäin leveitä tai korkeita tunnuksia ei ole oikeastaan yhtään, ja suurin osa tunnuksista on likipitään yhtä korkeita kuin leveitä. Tämä voi osaltaan johtua siitä, että erilaisissa grafiikoissa, mediayhteyksissä ja seuratuotteissa on yleensä varsin vakioidut paikat ja koot seuran tunnuksille. Jos tunnus olisi mittasuhteiltaan esimerkiksi poikkeuksellisen leveä, saatettaisiin se joutua tilallisista rajoitteista johtuen esittämään hyvin pienikokoisena ja siten epäselvänä.

Vanhat ja perinteiset seurat käyttävät usein tunnuksenaan vaakunan muotoon pohjautuvaa tunnusta, esimerkiksi SM-liigan seurat HIFK ja Tappara. Englannin valioliigan seurojen tunnuksista moni pohjautuu vaakunan muotoon. Sarjan joukkueet ovat pääosin hyvin vanhoja ja perinteikkäitä. Tunnusten taustalla on varsin usein kaupungin vaakuna tai sen elementit, esimerkiksi Sunderland AFC tai Newcastle United FC. Vaakunaa voidaankin pitää perinteikkään joukkueen tunnuksen muotona, tai joukkueen, joka haluaa korostaa perinteistä muotokieltä ja arvokkuutta.



HIFK
Helsinki, Suomi
jäähkiekko, SM-liiga (1928)



Newcastle United FC
Newcastle, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (1988)



Sunderland AFC
Sunderland, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (1997)

Kuva 2. Esimerkkejä vaakunan muotoon pohjautuvista tunnuksista: HIFK (Creamer 2016), Newcastle United FC (Brands of the World 2016), Sunderland AFC (Brands of the World 2016).

4.3.2.2 Värit

Väri on hyvin voimakas urheiluseuroihin liittyvä elementti - se luo merkityksiä ja yhdistää. Kannattajat voivat tunnustaa suosikkiaan esimerkiksi joukkueen värisin vaattein. Aitoa pelipaitaa ei välttämättä tarvita. Katsomossa liehuu joukkueen väriset liput ja bannerit. Pahimman vastustajan väristä saattaa muodostua ärsyke, joka yhdistyy ensisijaisesti vihattuun vastustajaan. Usein myös joukkueen lempinimi liittyy joukkueen väriin. Esimerkkejä joukkueista, joiden lempinimi liittyy väriin, ovat mm. Liverpool FC (The Reds), Manchester City FC (The Blues), Manchester United FC (The Red Devils) tai Tottenham Hotspur FC (The Lilywhites) (Beckett 2015).

Värien osalta analysoin esimerkkiaineiston tunnusten pääväriä ja värien määrää. Ehkä jopa hieman yllättäen kaksi väriä nousee erittäin selkeästi yli muiden tunnusten päävärinä: punainen ja sininen. Sininen on pääväri 32 %:ssa aineiston tunnuksista,

punainen 20 %:ssa. Musta on pääväri 14 %:ssa tunnuksista, muita päävärejä esiintyi marginaalisesti. Selkeää pääväriä ei voi määrittää 18 %:ssa tunnuksista. Punainen ja sininen ovat voimakkaita värejä, joten siinä mielessä niiden yleisyys ei ole yllätys. Värien rajallisen määrän takia yksittäisellä värillä on vaikea muodostaa uniikkia vaikutelmaa – väriyhdistelmien avulla erottautuminen on helpompaa, kuten luvussa 3.2. todettiin. Ehkä siksi tunnusten, joissa ei ole selkeää pääväriä, osuus on niinkin suuri. On tosin muistettava, että tunnuksen värit ei välttämättä korreloi suoraan joukkueeseen yhdistettävään pääväriin. Esimerkiksi HIFK:n tunnuksen pääväri on sininen ja toissijainen väri valkoinen. Joukkueen selkeä brändiväri, joka näkyy pelipaidoissa, seuratuotteissa ja markkinoinnissa on kuitenkin korostetun punainen.

Värien keskimääräinen määrä tunnuksissa on 3,7. Yleensä tunnuksessa on yksi tai kaksi selkeää pääväriä ja jokin tai joitakin sekundäärisiä lisävärejä. Tunnuksia yhdistää selkeä ja erottuva yleisilme. Ne ovat voimakkaita. Tummaa sävyjä on käytetty paljon, haaleita vähän. Musta tai jokin muu hyvin tumma väri on yleinen lisäväri, jota käytetään usein elementtien rajaukseen tai typografisiin elementteihin.



Calgary Flames
Kanada
jäähkiekko, NHL (1994)



Everton FC
Liverpool, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2014)



Los Angeles Kings
USA
jäähkiekko, NHL (2011)

Kuva 3. Esimerkkejä tunnusten väreistä: Calgary Flames (Creamer 2016), Everton FC (Brands of the World 2016), Los Angeles Kings (Creamer 2016).

4.3.2.3 Typografia

Typografian osalta tutkin, kuinka paljon tunnusaineistoon sisältyy kirjaimia tai tekstejä. Tarkoitukseni oli siten selvittää, kuinka voimakkaasti seurat nojaavat visuaalisiin elementteihin, vai onko tyypillistä, että joukkueen nimi tai jokin muu teksti on osana tunnusta.

Tunnusaineistossa tekstien ja kirjaimien esiintyminen tunnuksessa oli yleisesti hyvin tavanomaista, 76 % tunnuksista sisältää typografisen elementin. Liigojen välillä oli tässä suuria eroja. Kaikkien 30 NBA-seuran tunnuksessa ja yhtä lukuun ottamatta kaikkien Valioliigan seurojen tunnuksessa oli selkeä typografinen elementti. Sitä vastoin NHL-seurojen tunnuksissa oli yleisempää, ettei selkeää typografista elementtiä ollut (57 %). Merkittävä ero typografisia elementtejä sisältävien tunnusten määrässä etenkin saman maantieteellisen alueen kahden eri lajin sarjan välillä (NBA 100 % ja NHL 43 %) on mielestäni yllättävä. Typografisia elementtejä sisältäviä tunnuksia on 72 kpl. Näistä 61 kpl sisältää joukkueen tai kaupungin nimen kokonaisuudessaan, ja 16 kpl hyödyntää tunnuksessaan (lisäksi tai ainoastaan) joukkueen tai kaupungin nimen alkukirjainta tai alkukirjaimia. Tunnuksia, jotka sisältävät jotain muuta typografista sisältöä on 11 kpl. Muu teksti saattaa olla esimerkiksi joukkueen iskulause tai perustamisvuosi. Esimerkiksi Liverpool FC -seuran tunnuksessa lukee joukkueen kannattajia yhdistävä iskulause ”You’ll Never Walk Alone” ja Evertonin tunnuksessa latinankielinen fraasi ”Nil satis nisi optimum”, joka tarkoittaa vapaasti käännettynä ”vain paras on tarpeeksi hyvä”. Tunnusten tekstit ovat pääosin groteskiin tyyliin perustuvia, tyyliteltyjä ja omaleimaisia, kirjaimet paksuja ja selkeästi erottuvia – ”logomaisia”. Poikkeuksena Valioliigan tunnukset, joissa oli varsin yleisesti käytetty myös vähemmän tyyliteltyä kirjoitustyyliä, jopa antiikvaa.



Liverpool FC
Liverpool, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (1999)



Edmonton Oilers
Kanada
jääkiekko, NHL (2011)



Orlando Magic
USA
koripallo, NBA (2010)

Kuva 4. Esimerkkejä tunnusten typografiasta: Liverpool FC (Brands of the World 2016), Edmonton Oilers (Creamer 2016), Orlando Magic (Creamer 2016).

4.3.3 Viestinnällinen analyysi

Viestinnällisessä analyysissä tarkoitukseni on selvittää, miten ja millaisia visuaalisia mielikuvia tunnukset pyrkivät herättämään ja millaista symboliikkaa niihin sisältyy. Seurojen nimiin liittyviä mielikuvallisia viitteitä ei ole tässä yhteydessä analysoitu. Olen

jakanut tunnusaineistosta löytämäni viestinnälliset sisällöt kolmeen päätyyppiin: viittaaminen urheilulajiin, viittaaminen maantieteelliseen sijaintiin tai alueen kansalliseen identiteettiin sekä mielikuvan viestimiseen.

4.3.3.1 Lajiviittaus

Aineiston tunnuksista 64 %:iin sisältyy jonkinlainen visuaalinen viittaus seuran urheilulajiin. Eri liigojen välillä on suuria eroja. Lajiviittaus sisältyy 74 %:iin NBA-seurojen tunnuksista. SM-liigan seurojen tunnuksista yhdessäkään ei ole selkeää lajiviittauksista ja NHL-seurojen tunnuksistakin se on vain 17 %:ssa tunnuksista. Valioliigan tunnuksista 35 % sisältää lajiviittauksen, jalkapallon. Näistä suurimmassa osassa pallo on kuitenkin hyvin pienessä roolissa. Yksi tekijä, joka saattaa selittää NBA-seurojen tunnusten suurta lajiviittausmäärää, on koripallo. Koripallo on objektina hyvin tunnuksiin soveltuva ja helposti visualisoitavissa. Visuaalisena elementtinä koripallo on NBA-seurojen tunnuksissa niin yleinen ja ilmeinen, että sisällyttämällä se tunnukseen on vaikea luoda seurasta uniikkia mielikuvaa. Visuaalisena elementtinä se ei muutenkaan kerro seurasta mitään kovin yksilöllistä. Tästä huolimatta esimerkiksi Washington Wizards otti tunnuspäivityksen yhteydessä vuonna 2014 tunnuksekseen pyöreän, visuaaliseen koripalloelementtiin perustuvan tunnuksen. Seuran tunnuksessa on tosin myös viittauksia kaupungin luonteeseen ja nähtävyyksiin. Huomionarvoista on, että osaan seuroista kuuluu useita eri urheilulajeja, jolloin on luonnollista, että mikään yksittäinen urheilulaji ei visualisoidu seuran tunnuksesta. Tällaisia seuroja on aineiston seuroista ainoastaan SM-liigassa, esimerkiksi HIFK ja Ilves.



Washington Wizards
USA
koripallo, NBA (2014)



Norwich City FC
Norwich, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (1971)



San Jose Sharks
USA
jääkiekko, NHL (2008)

Kuva 5. Esimerkkejä tunnusten lajiviittauksista: Washington Wizards (Creamer 2016), Norwich City FC (Brands of the World 2016), San Jose Sharks (Creamer 2016).

4.3.3.2 Maantieteellinen viittaus

Maantieteellinen viittaus kattaa mielikuvalliset yhteydet seuran kotikaupunkiin, maantieteelliseen sijaintiin tai alueen ihmisiin. Lasken maantieteelliseksi viittaukseksi myös symboliset viitteet kansakunnan identiteettiin. Maantieteellinen viittaus voi olla jokin kaupungin nähtävyys, kuten rakennus tai monumentti. Se voi liittyä kaupungin heraldisiin tunnuksiin, alueen luontoon, geometriaan tai johonkin kansalliseen symboliin.

Analysoitavista tunnuksista noin kolmannes (31 %) sisältää maantieteellisen viittauksen. Kategoria on hyvin tulkinnallinen, ja aineiston tunnuksista moni on tässä mielessä rajatapaus, mutta kokonaistilasto on varmasti suuntaa antava. Eri liigojen välillä on tässä yhteydessä merkittäviä eroja. Yhdessäkään SM-liigan seuratunnuksessa ei ole selkeää maantieteellistä viittausta, kun taas Valioliigan seuratunnuksista 85 % sisältää jonkinlaisen maantieteellisen viitteen. Valioliigan tunnuksiin on hyvin yleisesti otettu mukaan elementtejä kaupungin vaakunasta tai kaupungin tunnetuista rakennuksista. Paikkakuntaakohtaisuus on muutenkin erittäin voimakasta juuri Valioliigan seurojen yhteydessä. Ottelut ovat perinteisesti olleet ”verisiä” kaupunkien välisiä taisteluita, joissa on taisteltu muustakin kuin jalkapallotuloksista. Kannattajien välisellä huliganismilla ja keskinäisillä tappeluilla on nimenomaan Isossa-Britanniassa pitkät perinteet. Amerikkalaisissa sarjoissa NHL (23 %) ja NBA (13 %) maantieteellisiä viittauksia on kohtuullisen vähän.

Huomioitavaa on, että vaikka joukkueen ensisijaisessa tunnuksessa ei maantieteellistä viittausta olekaan, saattaa joukkueilla olla peliasuissaan toissijaisia tunnuksia, joissa viite on. Tällaisia joukkueita ovat esimerkiksi Dallas Stars ja Florida Panthers. Toissijaisten tunnusten käyttö vaikuttaa olevan ennen kaikkea amerikkalaisten sarjojen ilmiö. Amerikkalaisissa sarjoissa (NHL, NBA) joukkueilla on yleensä useita tunnuksia. SM-liigassa tai Valioliigassa tällainen ei ole tavallista.



Kuva 6. Esimerkkejä tunnusten maantieteellisistä viittauksista: Golden State Warriors (Creamer 2016), Denver Nuggets (Creamer 2016), Crystal Palace FC (Brands of the World 2016).

4.3.3.3 Mielikuvallinen viittaus

Suhteellisen konkreettisten laji- ja maantieteellisten viittausten ohella tutkin, millaisia mielikuvallisia viittauksia tunnuksista on löydettävissä. Mielikuvallisella viittauksella tarkoitan, että jokin tunnuksen elementti on viestinnällisesti ”esittävä” ja herättää mielleyhtymän johonkin ominaisuuteen tai piirteeseen. Kyse ei ole niinkään siitä, mitä tunnuksen elementti esittää, vaan enemmänkin siitä, millainen tunnuksen esittävä elementti on. Luonnollisesti se, mitä tunnuksen elementti esittää vaikuttaa voimakkaasti siihen, kuinka helposti siihen liittyy mielikuvia. On hyvä muistaa, että mielikuvallisten viestien arvio on aina subjektiivinen.

Mielikuvalliset viestit voi mielestäni jakaa karkeasti kahteen toistuvaan alatyyppiin, jotka molemmat liittyvät kilpailuasetelmaan ja urheiluun. Ensimmäinen luo mielikuvaa uhasta, vaarasta, voimasta, pelotteesta tai aggressiivisuudesta, toinen liikkumisesta tai nopeudesta. Voiman tai uhan ilmentäminen on kilpailutilanteessa tyypillistä – se luo itseluottamusta ja sillä on myös psykologinen vaikutus vastustajaan. Se herättää voimakkaita tunnepitoisia mielikuvia, joihin kannattajat voivat samaistua. Liike ja nopeus ovat kaikkiin työssä käsiteltyihin lajeihin liitettävissä olevia positiivisia ominaisuuksia ja vahvuuksia.

Aineiston tunnuksista 24 % ilmentää uhkaa ja 19 % liikettä. Uhan tai liikkeen ilmentäminen on tyypillistä hyvin markkinoinnillisissa amerikkalaisissa sarjoissa. NHL-sarjassa 57 % ilmentää toista tai molempia näistä mielikuvista, ja NBA-sarjassa 53 %.

Valioliigan perinteisistä tunnuksista näitä mielikuvia ei juurikaan löydy: ainoastaan 10 % tunnuksista voidaan katsoa ilmentävän uhkaa tai liikettä. SM-liigassa vastaava luku on 27 %.

Uhan tai liikkeen sijaan jokin muu mielikuvallinen viesti olisi paljon yksilöllisempi. Rennommissa alasarjoissa seuroilla on usein hieman erilaisia ”parodiahenkisiä” tunnuksia, joiden mielikuvallinen skaala on merkittävästi laajempi ja leikkisämpi. Kysymys kuuluu, voiko ammattilaisurheilujoukkueen tunnus olla leikkisä, vai eikö se silloin ole vakavasti otettava? Voitaisiin myös miettiä, voiko perinteisiä urheiluun yhdistettäviä mielikuvia luoda jotenkin oivaltavammin kuin tällä hetkellä näyttäisi olevan tapana.



Florida Panthers
USA
jäähkiekko, NHL (1999)



Nashville Predators
USA
jäähkiekko, NHL (2011)



Ilves
Tampere, Suomi
jäähkiekko, SM-liiga (1962)

Kuva 7. Esimerkkejä tunnusten mielikuvallisista viittauksista: Florida Panthers (Creamer 2016), Nashville Predators (Creamer 2016), Ilves (Brands of the World 2016).



Columbus Blue Jackets
USA
jäähkiekko, NHL (2007)



Indiana Pacers
USA
koripallo, NBA (2005)



Phoenix Suns
USA
koripallo, NBA (2013)

Kuva 8. Esimerkkejä tunnusten mielikuvallisista viittauksista: Columbus Blue Jackets (Creamer 2016), Indiana Pacers (Creamer 2016), Phoenix Suns (Creamer 2016).

4.3.3.4 Viestinnälliset viittaukset kokonaisuutena

Osana analyysia tutkin, miten moni seuratunnus sisältää jonkun viestinnälliseksi laskettavan elementin (lajiviittaus, maantieteellinen viittaus, mielikuvallinen viittaus). Seuratunnuksista 75 % sisältää jonkin tai useamman näistä viittauksista ja siten sisältää viestinnällisen elementin. Tämän laskennallisen tilaston merkitys on osoittaa, että valituilla kategorioilla voidaan kattaa selkeä enemmistö tunnuksista, ja toisaalta myös se, että tunnuksista on löydettävissä selkeitä yhdistäviä piirteitä. Valioliigan seurojen tunnuksista 95 % sisältää jonkin viestinnällisen viitteen, NBA-seurojen 93 % ja NHL-seurojen 70 %. Poikkeavin sarja on kotimainen SM-liiga, jonka tunnuksista ainoastaan 20 % sisältää jonkin näistä viestinnällisistä viitteistä.

4.4 Tunnusten uusiminen

Kerätessäni urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineistoa pyrin etsimään tiedon siitä, milloin tunnuksen viimeisin, nyt käytössä oleva versio on luotu. Kaikkien seurojen tunnuksien osalta tietoa ei löytynyt, ja osaa hienovaraisista muutoksista ei välttämättä ole kirjattu varsinaiseksi muutokseksi, mutta tulos on silti suuntaa antava. Keskimäärin seurojen tunnukset olivat peräisin vuodelta 2001, eli n. 15 vuotta vanhoja. Suurin osa seuroista on useita vuosikymmeniä vanhoja, joten tästä voidaan päätellä, että suurin osa seuratunnuksista on läpikäynyt jonkinlaisen kehityskaaren.

On mielenkiintoinen kysymys, mikä on tunnuksen muutoksen takana. Liittyykö tunnuksen muutos urheiluorganisaation muutokseen tai ajan visuaalisiin trendeihin? Onko markkinoinnillisilla tavoitteilla, esimerkiksi kannatustarvikkeiden myynnin lisäämisellä (uusi tunnus – uudet paidat) vaikutusta tunnuksen uudistamiseen, vai onko kyseessä enemmänkin seuran visuaalisen ilmeen hiominen ja ehostaminen? Jokaisen tunnuksen kehityskaari on varmasti yksilöllinen, mutta tiettyjä toistuvia piirteitä tunnusten kehityskaarista on löydettävissä.

Hyvin suuret muutokset tunnuksissa liittyvät yleensä seuran alkutaipaleeseen. Seura on saattanut esimerkiksi muuttaa värinsä täysin tai vaihtaa tunnuksensa näkyvintä elementtiä. Monimutkaisia tunnuksia on monesti pyritty myöhemmin yksinkertaistamaan ja selkiyttämään. Kun seurasta tulee perinteikkäämpi ja sen identiteetti on vahvemmin ankkuroitunut, merkittävien muutosten tekeminen tunnukseen on harvinaisempaa. Perinteikkyyys on tärkeä asia seuralle, mutta myös sen

kannattajille. On tapauksia, joissa seura on ollut aikeissa tehdä suuria muutoksia tunnukseseen, mutta muutos on kariutunut kannattajien vastustukseen. Perinteikkään seuran tekemät muutokset tunnukseseen ovat pääosin hienovaraisempia. Tunnuksen värisävyä saatetaan muuttaa hiukan tai tehdä hienovaraisia uudistuksia tunnuksen muotoon tai typografiaan.

Osaan tunnuksista on jossain kehitysvaiheessa tehty radikaalimpi uudistus, jolla on ehkä pyritty tekemään tunnuksesta ajan hengen mukainen, uudenaikaisempi tai markkinoinnillisempi. Tämä on saattanut johtaa visuaaliseen tempoiluun. Monessa tapauksessa onkin myöhemmin palattu hyvin originaalin tai muun aiemman tunnusversion kaltaiseen versioon. Syytä tähän voi vain arvailla. Joko uudistus ei ole toiminut halutulla tavalla tai seura on halunnut palata lähemmäs perinteistä ilmettään. Vaikuttaisi siltä, että merkittävät uudistukset ovat haasteellisia ja harvoin kestäviä.

Ohessa on esitelty Buffalo Sabres -seuran tunnuksen kehitys. Liitteessä 3 on esitelty myös neljän muun perinteikkään seuran tunnuksen kehityskaari.



Kuva 9. Esimerkki tunnuksen kehityksestä: Buffalo Sabres (Creamer 2016).

5 Elbowings-salibandyseuran visuaalinen identiteetti

Lopputyössä tehtäväni on suunnitella Elbowings-salibandyseuran tunnus ja luoda perusta seuran visuaaliselle identiteetille. Pyrin huomioimaan suunnittelussa yhteisökuvan rakentamisen teoriaa sekä tutkimusaineiston analyysiin liittyviä havaintoja. Seuralla ei ole aikaisempia visuaalisia tunnuksia. Ainoa visuaalinen jo olemassa oleva tunniste on pelipaitojen punainen väri, jota seura ensisijaisesti käyttää.

5.1 Seuran identiteetti ja profiili

Suunnittelutyön taustaksi perehdyin seuran identiteettiin. Pyrin selvittämään, millaisia arvoja, vahvuuksia, erityisominaisuuksia ja tavoitteita seuralla on ja millainen on joukkueen profiili eli tavoitekuva. Kuten luvussa 2 todettiin, on ensisijaisen tärkeää, että seuran tavoitekuva muodostuu aidon identiteetin pohjalta. Selvitys perustuu seuran hallituksen jäsenten haastatteluihin sekä omiin havaintoihin.

Kyseessä on varsin nuori seura. Seura on perustettu vuonna 2014. Samana vuonna seura aloitti kilpailullisen toimintansa osallistumalla Suomen valtakunnallisista salibandysarjoista vastaavan SSBL:n (Suomen Salibandyliitto) 6. divisioonaan. Seura nousi heti ensimmäisellä kaudellaan 5. divisioonaan ja toisella kaudellaan 4. divisioonaan. Kahdella alimmalla divisioonatasolla seura on ollut vahva häviten ainoastaan yhden kamppailun pelaamastaan 38 ottelusta.

Seuran nimi Elbowings perustuu jääkiekkoterminologiaan liittyvään sanaleikkiin. ”Elbowing” merkitsee jääkiekossa kyynärpäätaklausta, joka on sääntöjen vastainen rike. Kyynärpäätaklauksen määritelmä:

”Pelaaja rikkoo vastustajaa kyynärpäätään käyttäen. Pelaajalle, joka taklaa vastustajaa kyynärpäällä, tuomitaan vähintään pieni rangaistus. Pelaajalle, joka vahingoittaa tai piittaamattomasti vaarantaa vastustajaa kyynärpäätaklauksen seurauksena, tuomitaan joko iso rangaistus ja automaattinen pelirangaistus tai ottelurangaistus.” (Jääkiekon virallinen sääntökirja 2014, 76.)

”Wing” merkitsee siipeä, jolla on mielikuvallinen assosiaatio lentämiseen ja liikkumiseen. Viittaus kyynärpäätaklaukseen voidaan tulkita pelotteeksi ja uhkaavaksi viestiksi vastustajalle. Seura haluaakin profiloitua voimakkaana ja fyysisenä joukkueena mutta ei missään nimessä halua vahingoittaa vastustajaa tai toimia

sääntöjen vastaisesti. Vastustajan kunnioittaminen on seuralle tärkeää. Nimessä on ennen kaikkea kyse sanaleikistä, jossa on viitteitä voimaan ja liikkeeseen.

Hyvä menestys on luonut seuraan voittamisen kulttuuria ja vahvuuden tunnetta, ja seura haluaa jatkaa menestymistään. Seuran kilpailullinen tavoite on lähteä aina voittamaan ja pyrkiä kehittämään joukkuetta ja sen yksilöitä. Seuraavan kauden tavoite on nousu 3. divisioonaan. Kilpailullisuus ja voiton hakeminen ovat syvällä seuran ideologiassa, mutta tärkeänä pidetään myös sitä, että seuraan kuuluminen on sen jäsenille hauskaa ja motivoivaa. Halun kuulua seuraan tulee lähteä pelaajista. Pelaajat eivät saa seuraan kuulumisesta palkkaa, vaan he pelaavat halusta urheilla ja kilpailla. Joukkuehenki ja yhdessä tekeminen ovat seuralle tärkeitä arvoja. Seura haluaa profiloitua hyvin pelaavana, liikkuvana ja fyysisenä joukkueena, joka tavoittelee aina voittoa mutta pelaa rehdisti ja vastustajaa kunnioittaen. Joukkueen identiteetti kiteytyy muutamaankin yksittäiseen sanaan: voittaminen, taito, voima, nopeus, joukkue.

Seuran kotipaikka on Espoo, mutta seura ei halua profiloitua mitenkään erityisesti nimenomaan espoolaiseksi seuraksi. Seuran pelaajat ovat eri puolilta Etelä-Suomea, joten seura näkeekin itsensä ennen kaikkea eteläsuomalaisena seurana ilman erityisviittauksia Espooseen.

Visuaalisesti joukkueen identiteetti pohjautuu pitkälti punaiseen väriin. Kuten luvussa 3.2 todettiin, punainen on voimakas väri, joka herättää monia assosiaatioita. Punainen väri sopii mielestäni seuran identiteettiin hyvin, ja sen pohjalle on hyvä rakentaa visuaalista ilmettä. Punainen väri heijastaa hyvin seuran intohimoista suhtautumista tekemiseen ja energisyyttä sekä toimii mielikuvallisena varoituksena vahvasta seurasta. Punainen näkyy erityisesti joukkueen paidoissa. Seuran toissijaiset värit ovat musta ja valkoinen.

Seuran tavoite on olla visuaalisesti yhdenmukainen, näyttävä ja identiteettinsä näköinen. Varsinaisia kaupallisia tavoitteita seuralla ei tällä hetkellä ole. Elbowings on voittoa tuottamaton rekisteröity yhdistys, jonka rahalliset tavoitteet liittyvät lähinnä sponsorien hankintaan, joilla pyritään rahoittamaan toimintaa. Visuaalisella identiteetillä on luonnollisesti vaikutusta tähän. Visuaalisen identiteetin kehittyessä seuralla on tavoitteena hyödyntää ilmettä kannatustuotteiden valmistamisessa ja myynissä. Näillä pyritään osaltaan rahoittamaan seuran toimintaa.

5.2 Seuran visuaalisen identiteetin rakentaminen

Joukkueen visuaalinen identiteetti näkyy lähinnä, kun joukkue harjoittelee tai pelaa. Visuaalinen identiteetti näkyy seuran jäsenten peli- ja harjoitusasuissa sekä mahdollisissa oheistuotteissa. Peli- ja harjoitusasujen tärkein visuaalinen elementti on seuran tunnus tai tunnukset. Tärkeitä ovat myös asusteiden väri ja typografia.

5.2.1 Tunnukset

Pyrin suunnittelemaan seuran identiteettiin sopivan tunnuksen, joka kertoo seurasta ja luo mielikuvia. Pyrin siihen, että tärkein yksittäinen seuraan yhdistettävä elementti on voimakas merkki, johon liittyy seurasta kertovaa symboliikkaa. Jotta merkki olisi mahdollisimman selkeä ja yksinkertainen, en sisällyttänyt siihen joukkueen nimeä, vaan suunnittelin erillisen logon (seuran nimen graafinen kirjoitustapa), jota on tarkoitus käyttää seuran toissijaisena tunnuksena.

Tavoitteeni on, että merkki luo mielikuvia. En kokenut lajiviittauksen sisällyttämistä merkkiin oleelliseksi. Kotipaikkakunnan korostaminen ei myöskään ole seuralle tärkeää, joten oli selvää, että merkin tuli pohjautua seuran mielikuvalliseen identiteettiin (voittaminen, taito, voima, nopeus, joukkue). Mielestäni seuran olemusta ei voinut visualisoida yhdellä symbolilla vaan merkin tuli olla kokonaisuus, joka muodostui useammasta symbolisesta osasta. Päädyin koostamaan tunnuksen kolmesta elementistä:

- e-kirjain, joka symboloi joukkueen nimeä ja yhdistää merkin seuran logoon
- käsivarsi, joka kuvastaa voimaa ja visualisoi joukkueen nimeen liittyvää sanaleikkiä
- siipi, joka kuvastaa lennokkuutta ja visualisoi joukkueen nimeen liittyvää sanaleikkiä.

Kolmen eri elementin yhdistäminen selkeäksi kokonaisuudeksi oli haastavaa. Etenkin tunnuksen muotoilu oli vaikeaa. En halunnut hyödyntää urheiluseuratunnuksien perinteisiä pohjamuotoja kuten ympyrää tai vaakunaa, koska pyrin omaleimaisuuteen enkä toisaalta halunnut tunnukseen enää lisäelementtiä. Tunnuksen muodoksi muodostuikin lopulta e-kirjaimen ja siiven ”liitto”. Käsivarsi-elementti on pinta-alallisesti pienimmässä roolissa. Haasteellisin yksittäinen elementti oli nimenomaan käsivarsi. Käsivarren monimutkainen muoto sekä liittäminen kokonaisuuteen oli vaikea toteuttaa.

Käsivarren yksityiskohtien ohut viiva tekee elementistä poikkeavan selkeälinjaisten ja massiivisten elementtien, siiven ja e-kirjaimen vierellä. Elementtien välillä on pientä visuaalista ristiriitaa, mutta mielestäni se myös tuo tunnuksen yksityiskohtaisuutta ja kontrastia. Käsivarren yksityiskohdista saattaa aiheutua ongelmia, jos tunnus näkyy jossain hyvin pienikokoisena, esimerkiksi pienikokoiset brodeeraukset. Kokonaisuuden selkeyttämiseksi päädyin toteuttamaan merkin yhdellä värillä. Yhden värin käyttäminen saattaa myös säästää kustannuksia. Esimerkiksi pelipaitojen painatuksissa yhden värin painaminen voi olla taloudellisempaa kuin useamman värin. Ensisijainen merkki on punainen ja toissijainen valkoinen. Merkistä voidaan käyttää tarvittaessa myös mustaa versiota.



Kuva 10. Elbowings-seuran tunnus.

Merkin on tarkoitus olla seuran ensisijainen tunnus, mutta myös seuran nimen tulee näkyä. Suunnittelin erillisen logon, jota on tarkoitus käyttää merkin rinnalla. Merkin ja logon ei tarvitse olla lähekkäin, mutta pyrkimys on, että molemmat tunnukset on sisällytetty seuran visuaalisiin tuotteisiin, esimerkiksi pelipaitoihin. Logo on tyylitelty Elbowings-nimen kirjoitusasu. Nimen alkukirjain on kirjoitettu pienellä ja pohjautuu samaan kirjasimeen kuin seuran merkin e-kirjain, jotta tunnukset linkittyvät visuaalisesti toisiinsa. G-kirjaimen tyylitelty alalinja alleviivaa nimeen sisältyvän sanan "win" (voitto, voittoa), jolla viitataan seuran voitontahtoon ja kilpailullisuuteen. Kuten seuran merkin myös logon ensisijainen versio on punainen ja toissijainen valkoinen. Logosta voidaan käyttää tarvittaessa myös mustaa versiota.

elbowings

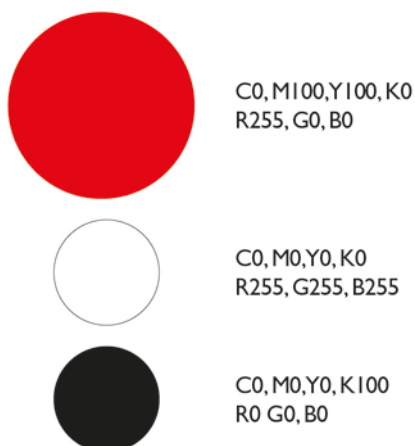
Kuva 11. Elbowings-seuran logo.



Kuva 12. Elbowings-seuran tunnusten toissijaiset väri vaihtoehdot.

5.2.2 Värit

Seuran visuaalinen identiteetti pohjautuu merkittävästi punaiseen väriin. Visuaalisten elementtien käyttöä ja mahdollisia jatkosovelluksia varten määrittelin punaiselle värille RGB- ja CMYK-arvot. Näitä väriarvoja on käytetty kaikissa tekemissäni punaisissa tunnuksissa. Toissijaiset värit ovat valkoinen ja musta.



Kuva 13. Elbowings-seuran värimäärittelyt.

5.2.3 Pelipaidat

Osana lopputyötä suunnittelin seuralle uudet pelipaidat. Pelipaita on seuran tunnistettavin ja näkyvin yksittäinen tuote. Seuran ensisijaiseksi pelipaidaksi suunnittelin kirkkaan punaisen pelipaidan ja toissijaiseksi paidaksi valkoisen paidan. Erottuvuuden takia punaisen paidan tunnukset painetaan valkoisella ja valkoisen punaisella.

Salibandyssä ja jalkapallossa on yleistä, että tunnus on pelipaidan yläosassa aika pienellä. Tästä poiketen päädyin toteutukseen, jossa merkki on poikkeuksellisen isolla pelipaidan etupuolen keskikohdassa ja logo puolestaan pelipaidan selkäpuolella paidan alaosassa. Näillä ratkaisuilla pyrin siihen, että merkki saa mahdollisimman suuren näkyvyyden ja seuran visuaalinen tunnus on molemmilla puolilla paitaa.



Kuva 14. Elbowings-seuran ensisijainen pelipaita.



Kuva 15. Elbowings-seuran toissijainen pelipaita.

5.2.4 Kannatustuotteet

Osana lopputyötä suunnittelin seuralle myös kannatustuotteen, jota seura voi hyödyntää varojen keruussa toiminnan rahoittamiseen. Huivi on sopivan elegantti ja etenkin Suomessa oikein käytännöllinen tapa osoittaa kannatustaan. Huivi on hyvin yleinen urheiluseurojen kannatustuote ja mielestäni sopiva myös Elbowings-seuran ensimmäiseksi kannatustuotteeksi.

Suunnittelin kaksi erityyppistä huivia, jotka toimivat hyvänä esimerkkinä seuran visuaalisten elementtien soveltamisesta. Ensimmäinen huivi on seuran väreille uskollisesti punainen ja sisältää sekä seuramerkin että -logon. Pääosassa on seuran logo, joka vaakamallisena elementtinä sopii hyvin huivin kaltaiseen tuotteeseen. Toinen huiviversio on seuran visuaaliseen identiteettiin nähden poikkeavampi mutta kuitenkin täysin sen mukainen. Osa kannattajista saattaa toivoa hienovaraisempaa kannatustuotetta, jossa seuratunnus ei ole liian dominoiva. Jotkut saattavat myös kokea punaisen huivin värin takia omaan tyyliinsä sopimattomaksi. Siksi on hyvä tarjota erilaisia vaihtoehtoja, joskin seuran visuaalisen identiteettiin soveltuen. Toinen huivi on pohjaväritään musta ja sisältää ainoastaan valkoisen seuratunnuksen.



Kuva 16. Elbowings-seuran punainen kannatushuivi.



Kuva 17. Elbowings-seuran musta kannatushuivi.

6 Yhteenveto

Urheilun perusolemukseen kuuluu kilpailuasetelma, mutta myös se tosiasia, että jokainen kamppailu on alkaessaan tasan ja saattaa päättyä kumman tahansa joukkueen voittoon. Seurat näyttävät kentällä yhteneväsiltä, pelaajia on yhtä paljon, varusteet ovat samanlaiset ja pelaajien ruumiinrakennekin on yleensä aika identtinen. Visuaalisesti kentällä on siis yleensä kaksi tasavertaisen näköistä kilpakumppania, joita yhdistävät sama laji ja pyrkimys voittoon. Voidaan ehkä siis ajatella, että seurojen kilpailuasetelma ja periaatteellinen tasavertaisuus on konkreettisempi, kun myös seurojen tunnukset ovat kaikissa visuaalisissa yhteyksissään ominaisuuksiltaan ja painoarvoltaan vastaavat.

Saman sarjan seurojen tunnusten muotokielessä ja visuaalisissa elementeissä on havaittavissa keskinäistä yhteneväsyyttä. Yhteneväsyyden taustalla voi olla se, että uusien seurojen syntyessä ja tunnusten kehittyessä on haluttu pyrkiä tiettyyn yhdenmukaisuuteen – kuulua joukkoon! Toistuvia perusmuotoja ovat ympyrä ja vaakuna, jotka kattavat puolet aineiston tunnuksista. Vaakuna yhdistyy ennen kaikkea perinteisiin seuroihin. Puolella tunnuksista ei ole selkeää muotoa. Omassa suunnittelutyössäni päädyin poikkeavampaan muotoon. Elbowings-tunnuksen muoto on ”epämääräinen” e-kirjaimen ja siiven muodostama kokonaisuus. Mittasuhteiltaan tunnukset ovat lähellä toisiaan. Korkeuden suhde leveyteen on enimmäkseen lähes sama. Tässäkin suunnittelemani vaakamallinen Elbowings-tunnus poikkeaa hieman enemmistöstä. Enemmistö aineiston tunnuksista sisältää jonkin typografisen elementin, mutta tässä eri sarjojen tunnusten välillä on suuria eroja. Myös Elbowingsin tunnuksessa on typografinen elementti.

Joukkueesta halutaan kuitenkin tehdä kiinnostava ja mielikuvia herättävä. Erottautuminen on saatettu pyrkiä tekemään pääosin muilla tekijöillä, esimerkiksi värillä. Väri on kuitenkin se tekijä, joka erottaa joukkueet kentällä. Aineiston tunnukset ovat yleisesti selkeitä ja voimakkaita. Tummia sävyjä on käytetty paljon. Punainen ja sininen ovat yleisimmät päävärit. Keskimäärin tunnuksissa on käytetty 3,7:ää väriä. Päädyin suunnittelutyössäni värien osalta yksinkertaiseen toteutukseen, ja käytin ainoastaan yhtä väriä.

Suurimmassa osassa aineiston tunnuksia on jokin visuaalinen viittaus seuran urheilulajiin, mutta tässä on suuria eroja eri sarjojen välillä. Omasta mielestäni

lajiviittaus ei ole kovin oleellinen, enkä siksi ole sisällyttänyt sitä suunnittelemaani Elbowings-tunnukseen. Yhdistän sen enemmän vanhakantaisiin perinteisten seurojen tunnuksiin. Lajiviittauksella seura kertoo, mitä se tekee, mutta erottuakseen ja tuntuakseen seuran tulisi mielestäni nostaa esiin yksilöllisempiä ominaisuuksia ja kertoa, millainen se on. Tunnuksella voi viestiä arvojaan, identiteettiään tai paikkakunta-kohtaisuutta – kertoa jotain kotikaupungistaan tai sen ihmisistä. Joukkue on kuitenkin kaupunkilaisia yhdistävä tekijä, ylpeys, intohimo ja puheenaihe; parhaimmillaan iso osa kaupunkilaisten identiteettiä. Seura haluaa luonnollisesti voittaa ja menestyä, mutta yhtä lailla olla kannattajiensa näköinen. Noin kolmannes aineiston tunnuksista sisältää jonkin maantieteellisen viittauksen, mutta tässäkin on suuria eroja eri sarjojen välillä. Omassa suunnittelutyössä maantieteellistä viittausta ei ole. Elbowingsilla ei ole tarvetta korostaa maantieteellistä aluetta, joten sen sisällyttäminen tunnukseseen ei ollut perusteltua.

Tunnuksella voi viestittää tunnepitoisia mielikuvia. Moni seura onkin valinnut uhmakkaan tunnuksen. Tuntuu, että seurat haluavat tehdä itsestään vähän ilkeän, aggressiivisen tai vahvan näköisen kuin näyttääkseen, että ovat harjoitelleet ja tosissaan – vahvoja ja valmiita! Tämä sopii urheilun ideologiaan täydellisesti, mutta kovin omaperäistä se ei ole. Karjuva tiikeri vs. uhkaava susi – varmasti toimivaa ja tasavertaista, mutta ei kovin erikoislaatuista, ja joskus jopa ontuvaa, jos mielikuva tuntuu päälle liimatulta. Mielikuvallisista viittauksista voiman, uhan, liikkeen tai nopeuden ilmentäminen on yleistä. Aineiston tunnuksista vähän alle puolet luo näihin ominaisuuksiin liitettäviä mielikuvia. Jotkut seurat ovat kokeilleet modernimpia ja mielikuvallisempia tunnuksia mutta palanneet takaisin vanhaan perinteikkääseen tunnukseseen. Esimerkkinä luvussa 4.4 esitelty Buffalo Sabres, joka vaihtoi modernimpaan tunnukseseen vuonna 1996 mutta palasi takaisin lähes alkuperäisen kaltaiseen tunnukseseen vuonna 2010 (Creamer 2016). Olen pyrkinyt sisällyttämään suunnittelemaani Elbowings-tunnukseseen seuran identiteettiin liittyviä mielikuvia sekä visualisoimaan seuran nimeen liittyvää sanaleikkiä.

Visuaalinen identiteetti tulisi aina luoda vuosiksi eteenpäin ja kunnioittaa seuran visuaalista historiaa ja perinteikkyyttä. Poikkeuksena tilanne, jossa organisaatiolla on jokin sen luonteeseen liittyvä painava syy korostaa muutosta. Ilmeen maltillinen kehittäminen ja hienovaraiset uudistukset vaikuttavat olevan pysyvämpiä kuin nopeat merkittävät muutokset. Trendien seuraaminen ja radikaalit muutokset voivat johtaa tunnusten nopeaan vanhenemiseen tai vieraantumiseen, mikä voi aiheuttaa visuaalista

epäjohdonmukaisuutta ja tempoilua. Selkeät ja voimakkaat, suhteellisen yksinkertaiset merkit tuntuvat kestävän parhaiten.

Jokainen seura on yksilöllinen ja tekee ratkaisunsa perustuen omiin lähtökohtiinsa ja tavoitteisiinsa, mutta on erittäin tärkeää, että urheiluseuran tunnus perustuu seuran aitoon identiteettiin. Tämän opinnäytetyön avulla seura (tai suunnittelija) saa apua visuaalisten elementtien suunnittelussa huomioitaviin asioihin, ja perspektiiviä suunnittelullisiin kysymyksiin ja tunnuksen kehittämiseen liittyen. Elbowingsin tunnukset näkyvät tällä hetkellä seuran tärkeimmissä tuotteissa, kuten pelipaidoissa. Seuraavia mahdollisia sovelluksia ovat verryttelyasu ja kannatuspaidat. Tärkeää on, että seuralla on nyt visuaalista identiteettiä rakentavia ja vahvistavia elementtejä, joita se voi johdonmukaisesti käyttää kaikissa seuratuotteissa.

Lähteet

Alaja, Erkki 2000. Arpapelitä? Urheilumarkkinoinnin käsikirja. Suomen Urheilumuseosäätiö

Badenhausen, Kurt 15.7.2015. The World's 50 Most Valuable Sports Teams 2015. Forbes. <http://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2015/07/15/the-worlds-50-most-valuable-sports-teams-2015/#856f9d157fd0> (8.5.2016)

Beckett, James 15.11.2010. Origins of Nicknames for 20 Premier League Clubs. World Soccer Talk. <http://worldsoccertalk.com/2010/11/15/origins-of-nicknames-for-20-premier-league-clubs/> (8.5.2016)

Brands of the World. <http://www.brandsoftheworld.com/> (8.4.2016)

Creamer, Chris. Chris Creamer's Sports Logos Page. <http://www.sportslogos.net/> (8.4.2016)

Klein, Naomi 2001. No logo. 1. painos. Helsinki: Into Kustannus Oy.

Jääkiekon virallinen sääntökirja 2014-2018. 2014. Suomen Jääkiekkoliitto ry ja IIHF.

Loiri, Pekka & Juholin, Elisa 1998. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. 2. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Rowais, Sardar 14.5.2015. Top 10 Most Popular Sports in the World. SportsGoogly. <http://www.sportsgoogly.com/most-popular-sports-in-the-world/> (8.5.2016)

Siukosaari, Anssi 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Sponsor Navigator -tutkimus 2015. Sponsor Insight. <http://www.sponsorinsight.fi/sponsor-navigator-tutkimus-2015.html> (8.5.2016)

Suomen mediaopas, sanasto. <http://www.mediaopas.com/sanasto/br%E4ndi/> (30.4.2016).

Urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineisto

NHL-, NBA- ja SM-liiga-seurojen tunnukset (Creamer 2016),
Valioliigaseurojen tunnukset (Brands of the World 2016).



Anaheim Ducks
USA
jääkiekko, NHL (2013)



Arizona Coyotes
USA
jääkiekko, NHL (2003)



Boston Bruins
USA
jääkiekko, NHL (2007)



Buffalo Sabres
USA
jääkiekko, NHL (2010)



Calgary Flames
Kanada
jääkiekko, NHL (1994)



Carolina Hurricanes
USA
jääkiekko, NHL (1999)



Chicago Blackhawks
USA
jääkiekko, NHL (1999)



Colorado Avalanche
USA
jääkiekko, NHL (1999)



Columbus Blue Jackets
USA
jääkiekko, NHL (2007)



Dallas Stars
USA
jääkiekko, NHL (2013)



Detroit Red Wings
USA
jääkiekko, NHL (1948)



Edmonton Oilers
Kanada
jääkiekko, NHL (2011)



Florida Panthers
USA
jäähkiekko, NHL (1999)



Los Angeles Kings
USA
jäähkiekko, NHL (2011)



Minnesota Wild
USA
jäähkiekko, NHL (2013)



Montreal Canadiens
Kanada
jäähkiekko, NHL (1999)



Nashville Predators
USA
jäähkiekko, NHL (2011)



New Jersey Devils
USA
jäähkiekko, NHL (1999)



New York Islanders
USA
jäähkiekko, NHL (2010)



New York Rangers
USA
jäähkiekko, NHL (1978)



Ottawa Senators
Kanada
jäähkiekko, NHL (2007)



Philadelphia Flyers
USA
jäähkiekko, NHL (1999)



Pittsburgh Penguins
USA
jäähkiekko, NHL (2002)



San Jose Sharks
USA
jäähkiekko, NHL (2008)



St. Louis Blues
USA
jäähkiekko, NHL (2008)



Tampa Bay Lightning
USA
jäähkiekko, NHL (2011)



Toronto Maple Leafs
Kanada
jäähkiekko, NHL (2016)



Vancouver Canucks
Kanada
jäähkiekko, NHL (2007)



Washington Capitals
USA
jäähkiekko, NHL (2007)



Winnipeg Jets
Kanada
jäähkiekko, NHL (2011)



Atlanta Hawks
USA
koripallo NBA (2015)



Boston Celtics
USA
koripallo, NBA (1996)



Brooklyn Nets
USA
koripallo, NBA (2012)



Charlotte Hornets
USA
koripallo, NBA (2014)



Chicago Bulls
USA
koripallo, NBA (1966)



Cleveland Cavaliers
USA
koripallo, NBA (2010)



Dallas Mavericks
USA
koripallo, NBA (2001)



Denver Nuggets
USA
koripallo, NBA (2008)



Detroit Pistons
USA
koripallo, NBA (2005)



Golden State Warriors
USA
koripallo, NBA (2010)



Houston Rockets
USA
koripallo, NBA (2003)



Indiana Pacers
USA
koripallo, NBA (2005)



Los Angeles Clippers
USA
koripallo, NBA (2015)



Los Angeles Lakers
USA
koripallo, NBA (2001)



Memphis Grizzlies
USA
koripallo, NBA (2004)



Miami Heat
USA
koripallo, NBA (1999)



Milwaukee Bucks
USA
koripallo, NBA (2015)



Minnesota Timberwolves
USA
koripallo, NBA (2008)



New Orleans Pelicans
USA
koripallo, NBA (2013)



New York Knicks
USA
koripallo, NBA (2011)



Oklahoma City Thunder
USA
koripallo, NBA (2008)



Orlando Magic
USA
koripallo, NBA (2010)



Philadelphia 76ers
USA
koripallo, NBA (2015)



Phoenix Suns
USA
koripallo, NBA (2013)



Portland Trail Blazers
USA
koripallo, NBA (2004)



Sacramento Kings
USA
koripallo, NBA (2016)



San Antonio Spurs
USA
koripallo, NBA (2002)



Toronto Raptors
Kanada
koripallo, NBA (2015)



Utah Jazz
USA
koripallo, NBA (2010)



Washington Wizards
USA
koripallo, NBA (2014)



Arsenal FC
Lontoo, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2002)



Aston Villa FC
Birmingham, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2007)



AFC Bournemouth
Bournemouth, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2013)



Chelsea FC
Lontoo, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2004)



Crystal Palace FC
Lontoo, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2013)



Everton FC
Liverpool, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2014)



Leicester City FC
Leicester, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga



Liverpool FC
Liverpool, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (1999)



Manchester City FC
Manchester, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2016)



Manchester United FC
Manchester, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (1998)



Newcastle United FC
Newcastle, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (1988)



Norwich City FC
Norwich, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (1971)



Southampton FC
Southampton, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (n. 1970)



Stoke City FC
Stoke-on-Trent, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2000)



Sunderland AFC
Sunderland, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (1997)



Swansea City AFC
Swansea, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2002)



Tottenham Hotspur FC
Tottenham, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga (2006)



Watford FC
Watford, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga



West Bromwich Albion FC
West Bromwich Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga



West Ham United FC
Lontoo, Iso-Britannia
jalkapallo, Valioliiga



Blues
Espoo, Suomi
jääkiekko, SM-liiga (2009)



HIFK
Helsinki, Suomi
jääkiekko, SM-liiga (1928)



HPK
Hämeenlinna, Suomi
jääkiekko, SM-liiga (2012)



Ilves
Tampere, Suomi
jääkiekko, SM-liiga (1962)



JYP
Jyväskylä, Suomi
jääkiekko, SM-liiga (2004)



KalPa
Kuopio, Suomi
jääkiekko, SM-liiga



KooKoo
Kouvola, Suomi
jääkiekko, SM-liiga



Kärpät
Oulu, Suomi
jääkiekko, SM-liiga (juhlalogo 2015)



Lukko
Rauma, Suomi
jääkiekko, SM-liiga



Pelicans
Lahti, Suomi
jääkiekko, SM-liiga



SaiPa
Lappeenranta, Suomi
jääkiekko, SM-liiga



Sport
Vaasa, Suomi
jääkiekko, SM-liiga



Tappara
Tampere, Suomi
jääkiekko, SM-liiga (1955)



TPS
Turku, Suomi
jääkiekko, SM-liiga (1922)



Ässät
Pori, Suomi
jääkiekko, SM-liiga

Urheiluseurojen tunnusten esimerkkiaineiston analyysikooste

Visuaalinen analyysikooste, NHL

Joukkue	Vuosi	Muoto			Pääväri										Värien lukumäärä	Tekstiä / kirjaimia	
		Ei selkeää	Pyöreä	Vaakuna	Ei	Kulta	Sin.	Pun.	Musta	Vihreä	Kel.	Oranssi	Violetti	Valk.		Kyllä	Ei
Anaheim Ducks USA, jääkiekko	2013	1				1									5		1
Arizona Coyotes USA, jääkiekko	2003	1			1										3		1
Boston Bruins USA, jääkiekko	2007		1		1										3	1	
Buffalo Sabres USA, jääkiekko	2010		1				1								5		1
Calgary Flames Kanada, jääkiekko	1994	1						1							3	1	
Carolina Hurricanes USA, jääkiekko	1999	1			1										4		1
Chicago Blackhawks USA, jääkiekko	1999	1			1										8		1
Colorado Avalanche USA, jääkiekko	1999	1			1										5	1	
Columbus Blue Jackets USA, jääkiekko	2007	1			1										4		1
Dallas Stars USA, jääkiekko	2013	1			1										4	1	
Detroit Red Wings USA, jääkiekko	1948	1						1							2		1
Edmonton Oilers Kanada, jääkiekko	2011		1				1								3	1	
Florida Panthers USA, jääkiekko	1999	1				1									4		1
Los Angeles Kings USA, jääkiekko	2011			1					1						3	1	
Minnesota Wild USA, jääkiekko	2013	1								1					5		1
Montreal Canadiens Kanada, jääkiekko	1999	1						1							3	1	
Nashville Predators USA, jääkiekko	2011	1													4		1
New Jersey Devils USA, jääkiekko	1999		1					1							3	1	
New York Islanders USA, jääkiekko	2010		1				1								3	1	
New York Rangers USA, jääkiekko	1978			1			1								3	1	
Ottawa Senators Kanada, jääkiekko	2007	1				1									4		1
Philadelphia Flyers USA, jääkiekko	1999	1							1						3		1
Pittsburgh Penguins USA, jääkiekko	2002	1			1										3		1
San Jose Sharks USA, jääkiekko	2008	1							1						4		1
St. Louis Blues USA, jääkiekko	2008	1					1								4		1
Tampa Bay Lightning USA, jääkiekko	2011	1					1								2		1
Toronto Maple Leafs Kanada, jääkiekko	2016	1					1								2	1	
Vancouver Canucks Kanada, jääkiekko	2007	1					1								4	1	
Washington Capitals USA, jääkiekko	2007	1					1								2	1	
Winnipeg Jets Kanada, jääkiekko	2011		1				1								6		1
	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	keskiarvo	yht.	yht.
	2003	22	6	2	8	3	10	4	3	1	0	0	0	0	3,7	13	17
		73,3 %	20,0 %	6,7 %	26,7 %	10,0 %	33,3 %	13,3 %	10,0 %	3,3 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %		43,3 %	56,7 %

Visuaalinen analyysikooste, NBA

Joukkue	Vuosi	Muoto			Pääväri										Värien lukumäärä	Tekstiä / kirjaimia	
		Ei selkeää	Pyöreä	Vaakuna	Ei	Kulta	Sin.	Pun.	Musta	Vihreä	Kel.	Oranssi	Violetti	Valk.		Kyllä	Ei
Atlanta Hawks USA, koripallo	2015		1					1							2	1	
Boston Celtics USA, koripallo	1996		1							1					5	1	
Brooklyn Nets USA, koripallo	2012			1					1						2	1	
Charlotte Hornets USA, koripallo	2014	1					1								4	1	
Chicago Bulls USA, koripallo	1966	1						1							3	1	
Cleveland Cavaliers USA, koripallo	2010	1			1										4	1	
Dallas Mavericks USA, koripallo	2001			1	1										4	1	
Denver Nuggets USA, koripallo	2008	1									1				4	1	
Detroit Pistons USA, koripallo	2005		1					1							3	1	
Golden State Warriors USA, koripallo	2010		1				1								2	1	
Houston Rockets USA, koripallo	2003	1						1							2	1	
Indiana Pacers USA, koripallo	2005	1					1								3	1	
Los Angeles Clippers USA, koripallo	2015	1							1						3	1	
Los Angeles Lakers USA, koripallo	2001		1								1				3	1	
Memphis Grizzlies USA, koripallo	2004	1					1								4	1	
Miami Heat USA, koripallo	1999	1						1							4	1	
Milwaukee Bucks USA, koripallo	2015		1							1					3	1	
Minnesota Timberwolves USA, koripallo	2008	1			1										7	1	
New Orleans Pelicans USA, koripallo	2013	1					1								4	1	
New York Knicks USA, koripallo	2011	1										1			4	1	
Oklahoma City Thunder USA, koripallo	2008	1			1										5	1	
Orlando Magic USA, koripallo	2010	1					1								4	1	
Philadelphia 76ers USA, koripallo	2015		1				1								3	1	
Phoenix Suns USA, koripallo	2013	1							1						7	1	
Portland Trail Blazers USA, koripallo	2004	1							1						4	1	
Sacramento Kings USA, koripallo	2016			1									1		3	1	
San Antonio Spurs USA, koripallo	2002	1							1						3	1	
Toronto Raptors Kanada, koripallo	2015		1						1						4	1	
Utah Jazz USA, koripallo	2010		1				1								5	1	
Washington Wizards USA, koripallo	2014		1					1							4	1	
	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	keskiarvo	yht.	yht.
2007		17	10	3	4	0	8	6	6	2	2	1	1	0	3,7	30	0
		56,7 %	33,3 %	10,0 %	13,3 %	0,0 %	26,7 %	20,0 %	20,0 %	6,7 %	6,7 %	3,3 %	3,3 %	0,0 %		100,0 %	0,0 %

Visuaalinen analyysikooste, Valioliiga

Joukkue	Vuosi	Muoto			Pääväri										Värien lukumäärä	Tekstiä / kirjaimia	
		Ei selkeää	Pyöreä	Vaakuna	Ei	Kulta	Sin.	Pun.	Musta	Vihreä	Kel.	Oranssi	Violetti	Valk.		Kyllä	Ei
Arsenal FC Iso-Britannia, jalkapallo	2002			1				1							4	1	
Aston Villa FC Iso-Britannia, jalkapallo	2007			1			1								4	1	
AFC Bournemouth Iso-Britannia, jalkapallo	2013			1				1							4	1	
Chelsea FC Iso-Britannia, jalkapallo	2004		1				1								5	1	
Crystal Palace FC Iso-Britannia, jalkapallo	2013	1					1								4	1	
Everton FC Iso-Britannia, jalkapallo	2014			1			1								3	1	
Leicester City FC Iso-Britannia, jalkapallo	1999		1				1								3	1	
Liverpool FC Iso-Britannia, jalkapallo	1999			1				1							4	1	
Manchester City FC Iso-Britannia, jalkapallo	2016		1				1								5	1	
Manchester United FC Iso-Britannia, jalkapallo	1998		1					1							4	1	
Newcastle United FC Iso-Britannia, jalkapallo	1988		1						1						6	1	
Norwich City FC Iso-Britannia, jalkapallo	1971			1						1					3		1
Southampton FC Iso-Britannia, jalkapallo	1970			1				1							6	1	
Stoke City FC Iso-Britannia, jalkapallo	2000			1				1							3	1	
Sunderland AFC Iso-Britannia, jalkapallo	1997			1				1							4	1	
Swansea City AFC Iso-Britannia, jalkapallo	2002		1											1	2	1	
Tottenham Hotspur FC Iso-Britannia, jalkapallo	2006	1					1								2	1	
Watford FC Iso-Britannia, jalkapallo	-			1						1					3	1	
West Bromwich Albion FC Iso-Britannia, jalkapallo	-			1			1								6	1	
West Ham United FC Iso-Britannia, jalkapallo	-			1				1							4	1	
	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	keskiarvo	yht.	yht.
	2000	2	6	12	0	0	8	8	1	2	0	0	0	1	4,0	19	1
		10,0 %	30,0 %	60,0 %	0,0 %	0,0 %	40,0 %	40,0 %	5,0 %	10,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	5,0 %		95,0 %	5,0 %

Visuaalinen analyysikooste, SM-liiga

Joukkue	Vuosi	Muoto			Pääväri										Värien lukumäärä	Tekstiä / kirjaimia	
		Ei selkeää	Pyöreä	Vaakuna	Ei	Kulta	Sin.	Pun.	Musta	Vihreä	Kel.	Oranssi	Violetti	Valk.		Kyllä	Ei
Blues Suomi, jääkiekko	2009			1			1								3	1	
HIFK Suomi, jääkiekko	1928			1			1								3	1	
HPK Suomi, jääkiekko	2012		1									1			6	1	
Ilves Suomi, jääkiekko	1962	1									1				3		1
JYP Suomi, jääkiekko	2004	1						1							3		1
KalPa Suomi, jääkiekko	-			1					1						4	1	
Kookoo Suomi, jääkiekko	-			1	1										3	1	
Kärpät Suomi, jääkiekko	2015	1			1										3	1	
Lukko Suomi, jääkiekko	-	1					1								2	1	
Pelicans Suomi, jääkiekko	-	1					1								4	1	
SaiPa Suomi, jääkiekko	-		1		1										3	1	
Sport Suomi, jääkiekko	-	1			1										6		1
Tappara Suomi, jääkiekko	1955			1	1										3		1
TPS Suomi, jääkiekko	1922		1						1						2	1	
Ässät Suomi, jääkiekko	-		1						1						2		1
	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	keskiarvo	yht.	yht.
	1976	6	4	5	5	0	4	1	3	0	1	1	0	0	3,3	10	5
		40,0 %	26,7 %	33,3 %	33,3 %	0,0 %	26,7 %	6,7 %	20,0 %	0,0 %	6,7 %	6,7 %	0,0 %	0,0 %		66,7 %	33,3 %

Visuaalinen analyysikooste, yhteenveto

Joukkue	Vuosi	Muoto			Pääväri										Värien lukumäärä	Tekstiä / kirjaimia	
		Ei selkeää	Pyöreä	Vaakuna	Ei	Kulta	Sin.	Pun.	Musta	Vihreä	Kel.	Oranssi	Violetti	Valk.		Kyllä	Ei
Jääkiekko, NHL, USA	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	keskiarvo	yht.	yht.
	2003	22	6	2	8	3	10	4	3	1	0	0	0	0	3,7	13	17
		73,3 %	20,0 %	6,7 %	26,7 %	10,0 %	33,3 %	13,3 %	10,0 %	3,3 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %		43,3 %	56,7 %
Koripallo, NBA, USA	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	keskiarvo	yht.	yht.
	2007	17	10	3	4	0	8	6	6	2	2	1	1	0	3,7	30	0
		56,7 %	33,3 %	10,0 %	13,3 %	0,0 %	26,7 %	20,0 %	20,0 %	6,7 %	6,7 %	3,3 %	3,3 %	0,0 %		100,0 %	0,0 %
Jalkapallo Valioliiga, Iso-Britannia	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	keskiarvo	yht.	yht.
	2000	2	6	12	0	0	8	8	1	2	0	0	0	1	4,0	19	1
		10,0 %	30,0 %	60,0 %	0,0 %	0,0 %	40,0 %	40,0 %	5,0 %	10,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	5,0 %		95,0 %	5,0 %
Jääkiekko, SM-liiga, Suomi	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	keskiarvo	yht.	yht.
	1976	6	4	5	5	0	4	1	3	0	1	1	0	0	3,3	10	5
		40,0 %	26,7 %	33,3 %	33,3 %	0,0 %	26,7 %	6,7 %	20,0 %	0,0 %	6,7 %	6,7 %	0,0 %	0,0 %		66,7 %	33,3 %
Yhteensä	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	keskiarvo	yht.	yht.
	2001	47	26	22	17	3	30	19	13	5	3	2	1	1	3,7	72	23
		49,5 %	27,4 %	23,2 %	17,9 %	3,2 %	31,6 %	20,0 %	13,7 %	5,3 %	3,2 %	2,1 %	1,1 %	1,1 %		75,8 %	24,2 %

Viestinnällinen analyysikooste, NHL

Joukkue	Vuosi	Lajiviittaus		Maantieteellinen viittaus		Ilmentää			Viittaus tai ilmentäminen	
		Kyllä	Ei	Kyllä	Ei	Uhkaa	Liikettä	Ei kumpaakaan	Kyllä	Ei
Anaheim Ducks USA, jääkiekko	2013		1	1			1		1	
Arizona Coyotes USA, jääkiekko	2003		1		1	1			1	
Boston Bruins USA, jääkiekko	2007		1		1			1		1
Buffalo Sabres USA, jääkiekko	2010		1	1		1	1		1	
Calgary Flames Kanada, jääkiekko	1994		1		1	1			1	
Carolina Hurricanes USA, jääkiekko	1999		1		1		1		1	
Chicago Blackhawks USA, jääkiekko	1999		1		1			1		1
Colorado Avalanche USA, jääkiekko	1999		1	1			1		1	
Columbus Blue Jackets USA, jääkiekko	2007		1		1		1		1	
Dallas Stars USA, jääkiekko	2013		1		1			1		1
Detroit Red Wings USA, jääkiekko	1948		1		1			1		1
Edmonton Oilers Kanada, jääkiekko	2011		1		1			1		1
Florida Panthers USA, jääkiekko	1999		1		1	1			1	
Los Angeles Kings USA, jääkiekko	2011		1		1			1		1
Minnesota Wild USA, jääkiekko	2013		1	1		1			1	
Montreal Canadiens Kanada, jääkiekko	1999		1		1			1		1
Nashville Predators USA, jääkiekko	2011		1		1	1			1	
New Jersey Devils USA, jääkiekko	1999		1		1	1			1	
New York Islanders USA, jääkiekko	2010	1		1				1	1	
New York Rangers USA, jääkiekko	1978		1		1			1		1
Ottawa Senators Kanada, jääkiekko	2007		1		1			1		1
Philadelphia Flyers USA, jääkiekko	1999	1			1		1		1	
Pittsburgh Penguins USA, jääkiekko	2002	1			1		1		1	
San Jose Sharks USA, jääkiekko	2008	1			1	1			1	
St. Louis Blues USA, jääkiekko	2008		1		1		1		1	
Tampa Bay Lightning USA, jääkiekko	2011		1		1	1			1	
Toronto Maple Leafs Kanada, jääkiekko	2016		1	1				1	1	
Vancouver Canucks Kanada, jääkiekko	2007		1		1	1	1		1	
Washington Capitals USA, jääkiekko	2007	1			1			1	1	
Winnipeg Jets Kanada, jääkiekko	2011		1	1				1	1	
	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.
	2003	5	25	7	23	10	9	13	21	9
		16,7 %	83,3 %	23,3 %	76,7 %	33,3 %	30,0 %	43,3 %	70,0 %	30,0 %

Viestinnällinen analyysikooste, NBA

Joukkue	Vuosi	Lajiviittaus		Maantieteellinen viittaus		Ilmentää			Viittaus tai ilmentäminen	
		Kyllä	Ei	Kyllä	Ei	Uhkaa	Liikettä	Ei kumpaakaan	Kyllä	Ei
Atlanta Hawks USA, koripallo	2015		1		1	1			1	
Boston Celtics USA, koripallo	1996	1			1			1	1	
Brooklyn Nets USA, koripallo	2012	1			1			1	1	
Charlotte Hornets USA, koripallo	2014	1			1	1			1	
Chicago Bulls USA, koripallo	1966		1		1	1			1	
Cleveland Cavaliers USA, koripallo	2010	1			1	1			1	
Dallas Mavericks USA, koripallo	2001	1			1	1			1	
Denver Nuggets USA, koripallo	2008		1	1				1	1	
Detroit Pistons USA, koripallo	2005	1			1			1	1	
Golden State Warriors USA, koripallo	2010		1	1				1	1	
Houston Rockets USA, koripallo	2003	1			1		1		1	
Indiana Pacers USA, koripallo	2005	1			1		1		1	
Los Angeles Clippers USA, koripallo	2015	1			1			1	1	
Los Angeles Lakers USA, koripallo	2001	1			1		1		1	
Memphis Grizzlies USA, koripallo	2004		1		1	1			1	
Miami Heat USA, koripallo	1999	1			1	1			1	
Milwaukee Bucks USA, koripallo	2015	1			1	1			1	
Minnesota Timberwolves USA, koripallo	2008		1	1		1			1	
New Orleans Pelicans USA, koripallo	2013	1			1			1	1	
New York Knicks USA, koripallo	2011	1			1			1	1	
Oklahoma City Thunder USA, koripallo	2008	1			1		1		1	
Orlando Magic USA, koripallo	2010	1			1		1		1	
Philadelphia 76ers USA, koripallo	2015	1			1			1	1	
Phoenix Suns USA, koripallo	2013	1			1		1		1	
Portland Trail Blazers USA, koripallo	2004		1		1			1		1
Sacramento Kings USA, koripallo	2016	1			1			1	1	
San Antonio Spurs USA, koripallo	2002		1		1			1		1
Toronto Raptors Kanada, koripallo	2015	1			1	1			1	
Utah Jazz USA, koripallo	2010	1		1				1	1	
Washington Wizards USA, koripallo	2014	1		1				1	1	
	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.
	2007	22	8	5	25	10	6	14	28	2
		73,3 %	26,7 %	16,7 %	83,3 %	33,3 %	20,0 %	46,7 %	93,3 %	6,7 %

Viestinnällinen analyysikooste, Valioliiga

Joukkue	Vuosi	Lajiviittaus		Maantieteellinen viittaus		Ilmentää			Viittaus tai ilmentäminen	
		Kyllä	Ei	Kyllä	Ei	Uhkaa	Liikettä	Ei kumpaakaan	Kyllä	Ei
Arsenal FC Iso-Britannia, jalkapallo	2002		1		1			1		1
Aston Villa FC Iso-Britannia, jalkapallo	2007		1	1				1	1	
AFC Bournemouth Iso-Britannia, jalkapallo	2013	1			1		1		1	
Chelsea FC Iso-Britannia, jalkapallo	2004	1		1				1	1	
Crystal Palace FC Iso-Britannia, jalkapallo	2013	1		1			1		1	
Everton FC Iso-Britannia, jalkapallo	2014		1	1				1	1	
Leicester City FC Iso-Britannia, jalkapallo	1999		1	1				1	1	
Liverpool FC Iso-Britannia, jalkapallo	1999		1	1				1	1	
Manchester City FC Iso-Britannia, jalkapallo	2016		1	1				1	1	
Manchester United FC Iso-Britannia, jalkapallo	1998	1		1				1	1	
Newcastle United FC Iso-Britannia, jalkapallo	1988		1	1				1	1	
Norwich City FC Iso-Britannia, jalkapallo	1971	1		1				1	1	
Southampton FC Iso-Britannia, jalkapallo	1970	1		1				1	1	
Stoke City FC Iso-Britannia, jalkapallo	2000		1	1				1	1	
Sunderland AFC Iso-Britannia, jalkapallo	1997		1	1				1	1	
Swansea City AFC Iso-Britannia, jalkapallo	2002		1	1				1	1	
Tottenham Hotspur FC Iso-Britannia, jalkapallo	2006	1			1			1	1	
Watford FC Iso-Britannia, jalkapallo	-		1	1				1	1	
West Bromwich Albion FC Iso-Britannia, jalkapallo	-		1	1				1	1	
West Ham United FC Iso-Britannia, jalkapallo	-		1	1				1	1	
	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.
	2000	7	13	17	3	0	2	18	19	1
		35,0 %	65,0 %	85,0 %	15,0 %	0,0 %	10,0 %	90,0 %	95,0 %	5,0 %

Viestinnällinen analyysikooste, SM-liiga

Joukkue	Vuosi	Lajiviittaus		Maantieteellinen viittaus		Ilmentää			Viittaus tai ilmentäminen	
		Kyllä	Ei	Kyllä	Ei	Uhkaa	Liikettä	Ei kumpaakaan	Kyllä	Ei
Blues Suomi, jääkiekko	2009		1		1			1		1
HIFK Suomi, jääkiekko	1928		1		1			1		1
HPK Suomi, jääkiekko	2012		1		1			1		1
Ilves Suomi, jääkiekko	1962		1		1	1			1	
JYP Suomi, jääkiekko	2004		1		1			1		1
KalPa Suomi, jääkiekko	-		1		1			1		1
KooKoo Suomi, jääkiekko	-		1		1			1		1
Kärpät Suomi, jääkiekko	2015		1		1			1		1
Lukko Suomi, jääkiekko	-		1		1			1		1
Pelicans Suomi, jääkiekko	-		1		1			1		1
SaiPa Suomi, jääkiekko	-		1		1	1			1	
Sport Suomi, jääkiekko	-		1		1	1	1		1	
Tappara Suomi, jääkiekko	1955		1		1					
TPS Suomi, jääkiekko	1922		1		1			1		1
Ässät Suomi, jääkiekko	-		1		1			1		1
	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.
	1976	0	15	0	15	3	1	11	3	11
		0,0 %	100,0 %	0,0 %	100,0 %	20,0 %	6,7 %	73,3 %	20,0 %	73,3 %

Viestinnällinen analyysikooste, yhteenveto

Joukkue	Vuosi	Lajiviittaus		Maantieteellinen viittaus		Ilmentää			Viittaus tai ilmentäminen	
		Kyllä	Ei	Kyllä	Ei	Uhkaa	Liikettä	Ei kumpaakaan	Kyllä	Ei
Jääkiekko, NHL, USA	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.
	2003	5	25	7	23	10	9	13	21	9
		16,7 %	83,3 %	23,3 %	76,7 %	33,3 %	30,0 %	43,3 %	70,0 %	30,0 %
Koripallo, NBA, USA	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.
	2007	22	8	5	25	10	6	14	28	2
		73,3 %	26,7 %	13,3 %	86,7 %	33,3 %	20,0 %	46,7 %	93,3 %	6,7 %
Jalkapallo Valioliiga, Iso-Britannia	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.
	2000	7	13	17	3	0	2	18	19	1
		35,0 %	65,0 %	85,0 %	15,0 %	0,0 %	10,0 %	90,0 %	95,0 %	5,0 %
Jääkiekko, SM-liiga, Suomi	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.
	1976	0	15	0	15	3	1	11	3	11
		0,0 %	100,0 %	0,0 %	100,0 %	20,0 %	6,7 %	73,3 %	20,0 %	73,3 %
Yhteensä	keskiarvo	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.	yht.
	2001	34	61	29	66	23	18	56	71	23
		35,8 %	64,2 %	30,5 %	69,5 %	24,2 %	18,9 %	58,9 %	74,7 %	24,2 %

Esimerkkejä tunnusten kehityksestä

Tunnukset (Creamer 2016)

Toronto Maple Leafs



Toronto Maple Leafs
1926–1927



Toronto Maple Leafs
1927–1938



Toronto Maple Leafs
1938–1963



Toronto Maple Leafs
1963–1967



Toronto Maple Leafs
1967–1970



Toronto Maple Leafs
1970–1982



Toronto Maple Leafs
1982–1987



Toronto Maple Leafs
1987–2016



Toronto Maple Leafs
2016–

Boston Bruins



Boston Bruins
1924–1926



Boston Bruins
1926–1932



Boston Bruins
1932–1934



Boston Bruins
1934–1949



Boston Bruins
1949–1995



Boston Bruins
1995–2007



Boston Bruins
2007–

Buffalo Sabres



Buffalo Sabres
1970–1996



Buffalo Sabres
1996–1999



Buffalo Sabres
1999–2006



Buffalo Sabres
2006–2010



Buffalo Sabres
2010–

Boston Celtics



Boston Celtics
1946–1950



Boston Celtics
1950–1960



Boston Celtics
1960–1968



Boston Celtics
1968–1976



Boston Celtics
1976–1996



Boston Celtics
1996–

Atlanta Hawks



Atlanta Hawks
1968–1969

ATLANTA HAWKS



Atlanta Hawks
1969–1970



Atlanta Hawks
1970–1972



Atlanta Hawks

Atlanta Hawks
1972–1995



Atlanta Hawks
1995–2007



Atlanta Hawks
2007–2015



Atlanta Hawks
2015–